

**STRATEGI PRODUKSI TIM REDAKSI
PROGRAM BERITA *iNEWS* SIANG UNTUK
MENCAPAI TARGET RATING**

TUGAS AKHIR SKRIPSI



OLEH:

**TAMARA GERALDINE
NIM. 13148160**

**PROGRAM STUDI TELEVISI DAN FILM
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2018**

**STRATEGI PRODUKSI TIM REDAKSI PROGRAM
BERITA *iNEWS* SIANG UNTUK MENCAPAI TARGET
RATING**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-1
Program Studi Televisi dan Film
Jurusan Seni Media Rekam



OLEH:

**TAMARA GERALDINE
NIM. 13148160**

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2018**

PENGESAHAN
TUGAS AKHIR SKRIPSI
STRATEGI PRODUKSI TIM REDAKSI PROGRAM BERITA *iNEWS SIANG*
UNTUK MENCAPAI TARGET *RATING*

Disusun Oleh :

TAMARA GERALDINE

NIM. 13148160

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi

Institut Seni Indonesia Surakarta

Pada tanggal 19 Januari, 2018

Tim Penguji

Ketua Penguji : NRA Candra, S.Sn.,M.Sn.

Penguji Bidang : I Putu Suhada A., S.T., M.Eng

Penguji Pembimbing : Citra Ratna Amelia, S.Sn., M.Sn

Sekretaris : St. Andre Triadiputra.,M.Sn



Skripsi ini telah diterima sebagai
salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)
pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 21 Januari 2018

Dekan Fakultas Seni Rupa Dan Desain



Joko Budhiyanto, S.Sn., M.A.
NIP. 197207082003121001

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul STRATEGI PRODUKSI TIM REDAKSI PROGRAM BERITA iNEWS SIANG UNTUK MENCAPAI TARGET RATING beserta isianya adalah karya saya sendiri dan bukan hasil jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari, terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas akhir ini dipublikasikan secara online dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Surakarta, 1 Februari 2018

Yang menyatakan



Tamara Geraldine

NIM. 13148160

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Allah SWT, yang meridhai dan mengabulkan segala doa, serta karuniaNya yang begitu besar sehingga aku bisa menyelesaikan segala rencana dengan lancar.

Kedua orang tuaku tercinta,
Stanley Harris Novianto dan Wiwiek Widyastuti
Yang selalu memberikan dukungan moril, materi maupun doa untuk kesuksesanku.

Adikku tersayang,
Ivan Pieters Kartanegara
Atas segala semangat dan canda saat aku membutuhkan hiburan.

Partner yang setia menemaniku,
Mujahid Kusuma Roza
Atas segala nasihat dan dukungan agar aku menjadi orang yang lebih baik.

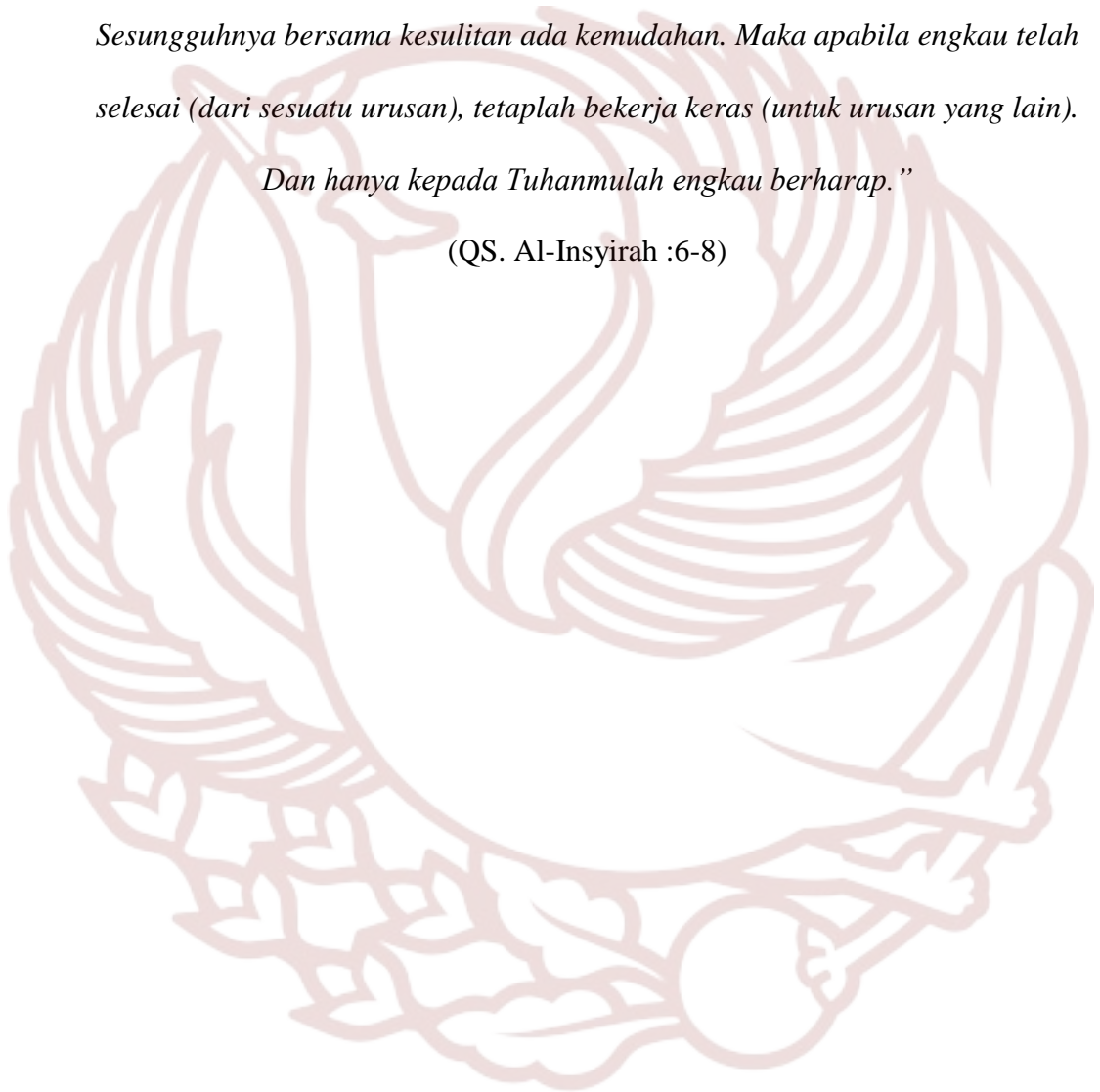
Sahabat-sahabat terbaikku,
Ika Wardani, Fadhila Utami, Nissa Ashary, Yesika Ari
Atas segala dukungannya untukku supaya segera menyelesaikan skripsi ini

MOTTO

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).

Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Al-Insyirah :6-8)



ABSTRAK

STRATEGI PRODUKSI TIM REDAKSI PROGRAM BERITA *iNEWS SIANG* UNTUK MENCAPAI TARGET *RATING* (Tamara Geraldine, 2017) Skripsi Program Studi Televisi dan Film, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta.

Penelitian ini berkonsentrasi pada ranah kajian televisi sebagai institusi, untuk mengetahui bagaimana strategi produksi tim redaksi program berita *iNEWS Siang* untuk mencapai target *rating*. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif deskriptif. Objek kajian penelitian ini adalah program *iNEWS Siang* yang tayang pada bulan September 2016 yang selanjutnya dipilih dua episode dengan teknik *purposive sampling*. Permasalahan pada penelitian ini dibedah dengan menganalisis strategi produksi yang digunakan tim redaksi untuk mencapai target *rating*, teknik pengumpulan data yang diterapkan untuk menunjang informasi dengan cara melakukan observasi, wawancara, dan dokumen. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi program pada acara berita *iNEWS Siang* stasiun televisi *iNEWS TV* untuk mencapai target *rating* program, melalui tahap praproduksi, produksi, dan pasca produksi diamati sebagai satu kesatuan dalam rangkaian strategi program. Metode observasi partisipasi, wawancara dan pustaka pada departemen *news*, teori strategi program Morissan dibangun sebagai kerangka pendekatan. Hasil yang diperoleh adalah meliputi tiga tahapan yaitu 1. Praproduksi program yang terdiri dari tiga strategi; a. memperkuat agenda setting/isu, b. pemilihan presenter, dan c. sebaran berita. 2. Produksi program yang meliputi tiga strategi; a. *reportase/ live report* dan b. penyajian berita. 3. Pasca produksi mencakup dua strategi; a. teknik editing, b. penyusunan naskah c. pemilihan gambar.

Kata Kunci : *Strategi Produksi, Tim Redaksi, Rating, Program Berita iNEWS Siang.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya, laporan tugas akhir skripsi dapat terselesaikan dengan perjuangan yang panjang. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata I program studi Televisi & Film Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta. Judul laporan tugas akhir skripsi yang diajukan adalah *Strategi Produksi Tim Redaksi iNEWS Siang Untuk Mencapai Target Rating*. Penyusunan dan penulisan laporan tugas akhir skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak terkait, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Citra Ratna Amelia, S.Sn., M.Sn selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan semangat.
2. Nur Rahmat Ardi Candra D.A., S.Sn., M.Sn, selaku Dosen Penasehat Akademik dan selaku Ketua Penguji mahasiswa yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
3. I Putu Suhada Agung., S.T., M.Eng dan Stephanus Andre Triadiputra., S.Sn., M.Sn selaku Penguji yang senantiasa memberikan masukan dan saran laporan skripsi ini kepada penulis.
4. PT. SUN TELEVISI NETWORK (iNewsTV) yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk melaksanakan penelitian.

5. Opung Arifilmiansyah Harahap, selaku *Executive Producer* dalam program *INEWS Siang*, yang memberikan arahan dan bersedia memberikan data-data peneliti untuk melaksanakan Penelitian Skripsi.
6. Reiza Alfian, selaku *Producer* dalam program *News INEWS Siang*, yang telah memberikan pedoman, bersedia memberikan data-data dan membimbing peneliti untuk melaksanakan Penelitian Skripsi.
7. Yanti Ariyanti, selaku *Producer* dalam program *talkshow INTERMEZZO* yang telah membantu peneliti untuk melakukan observasi dan memberi jalan masuk untuk melakukan penelitian
8. Kedua orangtua yakni Stanley Harris dan Wiwiek Widyastuti yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis baik moril maupun material.
9. Dosen pengajar Program Studi Televisi dan Film yang telah mengajarkan berbagai pengetahuan pertelevisian dan perfilman
10. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Laporan Tugas Akhir Skripsi yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Penulis menyadari dalam pembuatan Laporan Tugas Akhir Skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang berguna untuk melengkapi kesempurnaan Laporan Tugas Akhir Skripsi ini.

Surakarta,.....2018

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN.....	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka	5
F. Landasan Teori	9
1. Berita Televisi.....	10

2. Pengertian Strategi.....	19
3. <i>Rating</i>	21
G. Skema Penelitian	23
H. Metode Penelitian	25
1. Obyek Penelitian	25
2. Jenis Penelitian	25
3. Lokasi Penelitian	26
4. Sumber Data	26
a. Sumber Data Primer	26
b. Sumber data Sekunder	27
5. Teknik Pengambilan Sample.....	27
6. Pengumpulan Data	28
a. Observasi Partisipasi.....	28
b. Wawancara Langsung.....	29
c. Studi Dokumen	31
d. Studi Pustaka	32
7. Analisis Data	32
a. Reduksi Data.....	33
b. Sajian Data.....	34
c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi	35
I. Sistematika Penelitian	36
 BAB II PROGRAM <i>iNEWS Siang</i> iNEWSTV	
A. Stasiun Televisi iNEWS TV.....	38

1. Logo iNEWS TV	39
2. Visi	39
3. Misi.....	39
4. <i>Target Audiens</i>	40
B. Program Berita <i>iNEWS Siang</i>	40
C. Deskripsi Program	41
D. Tim Redaksi	42
E. Tata Artistik.....	45
1. Tata Artistik Set dan <i>Property</i>	45
2. Tata Busana	47
3. Tata Cahaya	48
F. Target <i>Rating iNEWS Siang</i>	50

BAB III STRATEGI PRODUKSI TIM REDAKSI PROGRAM BERITA *iNEWS SIANG* UNTUK MENCAPAI TARGET *RATING*

A. Strategi Produksi Tim Redaksi <i>iNEWS Siang</i>	54
1. Pra Produksi.....	56
a. Memperkuat Agenda <i>Setting</i>	61
b. Pemilihan Presenter.....	71
c. Sebaran Berita	75
2. Produksi	80
a. <i>Live Report</i>	85
b. Penyajian Berita	87
1) <i>Gesture Presenter</i>	88

2) Menghadirkan Narasumber.....	90
3. Pasca Produksi	92
a. Teknik Editing	95
1) Pemilihan Gambar	97
b. Penyusunan Naskah.....	101
4. Evaluasi Program.....	108
BAB IV PENUTUP	110
A. Simpulan.....	110
B. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	112

DAFTAR GAMBAR

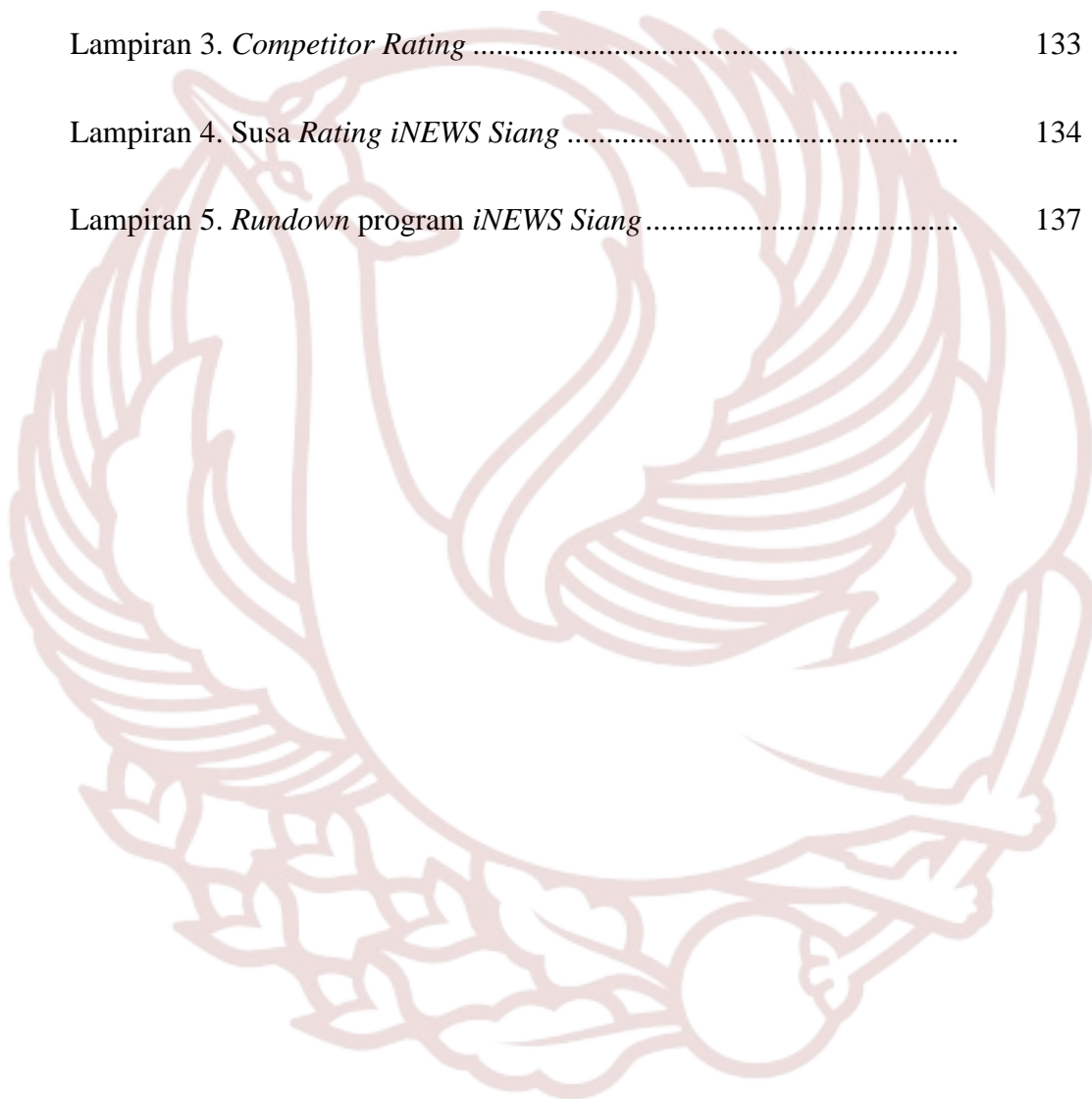
Gambar 1. Bagan Alur Penelitian	22
Gambar 2. Logo iNEWSTV	36
Gambar 3. Struktur Tim Redaksi <i>iNEWS Siang</i>	40
Gambar 4. Suasana <i>Setting</i> Studio Lama	44
Gambar 5. Suasana <i>Setting</i> Studio Baru	44
Gambar 6. <i>Wardrobe</i> Presenter <i>iNEWS Siang</i>	45
Gambar 7. Suasana <i>Setting Lighting Studio iNEWS Siang</i>	47
Gambar 8. Alur kerja Tim Redaksi pra produksi	53
Gambar 9. Presenter <i>iNEWS Siang</i>	69
Gambar 10. Tahapan Produksi tim Redaksi <i>iNEWS Siang</i>	77
Gambar 11. Tayangan <i>live report iNEWS Siang</i>	82
Gambar 12. <i>Gesture</i> presenter tayangan 25 September 2016	85
Gambar 13. <i>Gesture</i> presenter tayangan 30 September 2016	85
Gambar 14. Menghadirkan narasumber 30 September 2016	87
Gambar 15. Menghadirkan narasumber 30 September 2016	87
Gambar 16. Alur Kerja Produksi tim redaksi <i>iNEWS Siang</i>	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Sample <i>rating iNEWS Siang</i>	48
Tabel 2. <i>Rundown iNEWS Siang</i>	56
Tabel 3. Nilai berita tayangan tanggal 24 September	60
Tabel 4. Nilai berita tayangan tanggal 25 September	61
Tabel 5. Nilai berita tayangan tanggal 26 September	62
Tabel 6. Nilai berita tayangan tanggal 27 September	63
Tabel 7. Nilai berita tayangan tanggal 28 September	64
Tabel 8. Nilai berita tayangan tanggal 29 September	65
Tabel 9. Nilai berita tayangan tanggal 30 September	66
Tabel 10. Sebaran berita <i>iNEWS Siang</i>	71
Tabel 11. Persentase Pembagian Berita	75
Tabel 12. Pemilihan gambar tayangan tanggal 25 September	93
Tabel 13. Pemilihan gambar tayangan tanggal 30 September	95
Tabel 14. Naskah berita tayangan tanggal 25 September 2016	98
Tabel 15. Naskah berita tayangan tanggal 30 September 2016	99
Tabel 16. Struktur berita tayangan tanggal 25 September	102
Tabel 17. Struktur berita tayangan tanggal 30 September	103

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Observasi	116
Lampiran 2. <i>Transkrip</i> Wawancara	117
Lampiran 3. <i>Competitor Rating</i>	133
Lampiran 4. <i>Susa Rating iNEWS Siang</i>	134
Lampiran 5. <i>Rundown</i> program <i>iNEWS Siang</i>	137



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan informasi aktual menjadikan program berita merupakan keharusan yang dimiliki oleh tiap stasiun televisi. Dengan informasi, manusia dapat melihat perkembangan di sekelilingnya, maupun di luar wilayahnya. Manusia dapat mengetahui apa yang terjadi di wilayahnya, apa yang menimpa saudaranya di daerah lain, atau apa yang akan terjadi di kemudian hari. Manusia hidup tidak saja membutuhkan hiburan tetapi informasi menjadi hal yang penting untuk disimak.

Ketatnya persaingan industri televisi membuat televisi untuk tampil lebih kreatif. Mereka berlomba-lomba untuk mendapatkan peringkat yang terbaik. Ukuran peringkat pada televisi dapat diukur dengan *rating*. Definisi *rating* menurut Sydney Head dan Chrisopher Sterling adalah *a comparative estimate of set tuning in any given market*, yakni perkiraan *komparatif* dari jumlah pesawat televisi yang sedang digunakan pada suatu wilayah tertentu.¹ Melalui *rating* dapat diketahui jumlah *audiens* yang sedang melihat program televisi tertentu. Oleh karena itu *rating* sangat penting yang menjadi tolak ukur stasiun televisi untuk mengetahui seberapa besar program itu diminati oleh khalayak. Semakin tinggi *rating*, semakin banyak pemasang iklan yang tertarik untuk memasang iklannya dalam sebuah program, bagi pihak televisi semakin banyak iklan itu menunjukkan bahwa semakin banyak peminat program yang ditayangkan saat itu juga.

¹ Morissan, Manajemen Media Penyiaran, 2005 hal 193

Bagi televisi, bisa dikatakan program merupakan mata pencarian utama bagi televisi. *Rating* sebuah program TV yang tinggi dapat menghasilkan iklan yang banyak, tapi sebaliknya *rating* sebuah TV yang rendah program TV yang kurang bagus tidak cukup menarik untuk pemasang iklan. Atas dasar tersebut maka stasiun TV saling memperebutkan pasar pemirsa dan pemasang iklan. Begitu ketatnya persaingan menuntut televisi untuk menyajikan program-program yang menarik, mulai dari hiburan, drama, musik, film, *infotainment*, kuis maupun berita.

Sedangkan cara mencari angka *share* adalah jumlah orang yang menonton suatu acara dibagi dengan jumlah keseluruhan orang yang menonton berbagai program acara di televisi lain (di waktu yang sama) dan dikali 100%. Jadi, jika ia menghasilkan angka, misalnya 50%, berarti 50% dari jumlah penonton (pada waktu yang sama) menonton program acara tersebut. Oleh karena *rating* dan *share* ini dianggap sebagai urusan kuantitatif, tentunya capaian adalah fakta yang objektif, yang bebas dari nilai-nilai dan kepentingan-kepentingan. Fakta yang terekam melalui *peoplemeter* (alat elektronik untuk mengukur siapa yang menonton acara tersebut melalui saluran *telephone*) adalah benar-benar cerminan dari masyarakat. Jika angka-angka tersebut ditafsirkan macam-macam, baik oleh stasiun televisi, *agency*, atau siapapun, itu bukan lagi wilayah NMR (*Nuclear Magnetic Resonance*). NMR hanya berurusan dengan fakta keras yang terjadi di lapangan²

iNEWS TV memiliki beberapa program *news*, di antaranya program berita *First News*, *International News*, *iNEWS Terkini*, *iNEWS Pagi*, *iNEWS Siang*,

² Erica L, Panjaitan & TM. Dhani Iqbal, *Matinya Rating Televisi*, 2006, hal 83

iNEWS Petang, iNEWS Malam, Intermezzo, Bongkar Perkara, Police Line, Intermezzo, Indonesia Today, iNews File, Tekno Update, Info Biz, Indonesia Border, Hot News, dan Talk To Inews. Salah satu program yang menarik adalah program *iNEWS Siang* karena *iNEWS Siang* merupakan suatu program *news* baru yang diusung oleh stasiun televisi *iNEWS TV*

iNEWS Siang merupakan salah satu bagian dari divisi *News*, yang tayang setiap hari Senin hingga Minggu secara *live* pukul 11:30 WIB - 12.30 WIB. Pembagian Waktu Tayangan *iNEWS Siang* masuk dalam kategori *day time* yang dimana tayang pukul 10.00 hingga 16.30, *iNEWS Siang* adalah program berita yang menyajikan informasi tercepat dan teraktual, biasanya menyajikan dengan laporan langsung di tempat kejadian perkara, disajikan secara *live*. Pada setiap *segment* *iNEWS Siang* akan menyajikan program berita yang terkini, perkembangan informasi yang teraktual, jelas, dan lugas secara *live*. Dipandu oleh beberapa presenter yang menarik dan menginformasikan kembali berita terhangat kepada pemirsa agar tidak tertinggal informasi.

Pada saat tertentu *iNEWS Siang* akan menghadirkan satu hingga empat orang narasumber. Narasumber adalah pihak-pihak yang secara langsung terlibat dalam polemik atau orang-orang yang memiliki sikap tegas terhadap sebuah isu yang berkembang. Narasumber tersebut akan diberikan kesempatan untuk berbicara mengenai tanggapan dan analisis mereka mengenai permasalahan yang sedang diperbincangkan oleh sebagian masyarakat. Durasi *iNEWS Siang* adalah 60 menit, terdiri dari empat segmen, masing-masing berlangsung dengan waktu 10 - 13 menit.

Setiap program di stasiun televisi iNEWS TV mempunyai target capai *rating* dan *share* yang berbeda-beda di setiap program, di program *iNEWS Siang* mempunyai target capai *rating* 1.5 dan *share* 2.5. Akan tetapi dalam perjalanannya program berita *iNEWS Siang* selalu mempunyai *rating* dan *share* rendah atau bisa dikatakan tidak mencapai target program. Pada stasiun televisi iNEWTSTV, program berita *iNEWS Siang* program yang dimana selalu mendapatkan *rating* yang paling rendah daripada program berita lainnya. Oleh karenanya tim redaksi selalu mengevaluasi program beritanya agar bisa menembus capaian target yang ditetapkan oleh *Executive Producer*, pada akhirnya pada tanggal 30 September 2016 program *iNEWS Siang* mencapai target yaitu *rating* 1.59 dan *share* 2.84. Tentunya capaian target tersebut dikarenakan tim redaksi selalu melakukan evaluasi dan penetapan strategi yang telah disusun.

Tercapaiannya target *rating* dan *share* menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Hal tersebut karena program *iNEWS Siang* yang tidak pernah mencapai target *rating* dan *share*, pada akhirnya bisa mencapai bahkan melampaui target *rating* dan *share* yang ditetapkan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi produksi tim redaksi program *iNEWS Siang* untuk mencapai target *rating*.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi produksi yang diterapkan oleh tim redaksi *iNEWS Siang* untuk mencapai target *rating* pada program *iNEWS Siang*.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut :

1. Menambah wawasan pengetahuan pembaca yang ingin mengetahui tentang strategi produksi yang diterapkan kepada program berita *iNEWS Siang* sehingga dapat mencapai keberhasilan produksi program acara televisi.
2. Menjadi referensi bagi penelitian lain yang ingin melakukan penelitian sejenis.

E. Tinjauan Pustaka

Sebagai penunjang kelancaran dan memenuhi kecukupan data yang diperlukan, maka sumber penelitian sejenis yang digunakan sebagai referensi penelitian. Penelitian ini berada pada ranah kajian televisi sebagai institusi yang menempatkan proses produksi program berita *iNEWS Siang* pada stasiun televisi iNEWS TV sebagai objek kajiannya. Observasi partisipasi dilakukan dengan jalan turut serta dalam proses produksi program yang dikaji. Sebagai penunjang kelancaran dan memenuhi kecukupan data yang diperlukan, maka sumber penelitian sejenis yang digunakan sebagai referensi penelitian ini antara lain:

Penelitian yang dilakukan oleh Pratika Diyah Vivanda mahasiswa Program Studi Televisi dan Film Jurusan Seni Media Rekam Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta dengan judul *Strategi Program Dalam Upaya Mempertahankan Rating Pada Program Talkshow Ceriwis* TRANS TV tahun 2014. Tulisan Pratika Diyah Vivanda menjelaskan mengenai upaya Strategi Program Dalam Mempertahankan *Rating* Pada Program *Talk Show Ceriwis*. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti mengenai strategi program sedangkan perbedaan dalam skripsi ini terletak pada program yang menjadi objek kajian.

Penelitian yang dilakukan oleh Istianah Septiayani mahasiswa Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi dengan judul *Strategi Produksi Program Acara Dahsyat dalam Meningkatkan Rating & Share di RCTI* tahun 2009. Tulisan Istianah menjelaskan tentang strategi yang di gunakan RCTI dalam meningkatkan program musik *Dahsyat* supaya tetap diminati oleh penonton. Persamaan dalam penelitian

ini yaitu sama-sama meneliti mengenai strategi program. Sedangkan perbedaan, skripsi ini terletak pada objek kajian program fokus terhadap analisis khalayak guna mendapatkan *rating* yang tinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurhasanah Universitas Islam Negeri Fakultas Ilmu Dakwah dan ilmu komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Kosentrasi Jurnalistik dengan judul *Analisis Produksi Siaran Berita Televisi* (Proses Produksi Siaran Program Berita *Reportase Minggu* di TRANS TV) tahun 2011. Tulisan Nurhasanah menjelaskan tentang proses produksi program berita di *Reportase Minggu* TRANS TV yang berpacu pada analisis teori arus berita (Bass) dalam proses produksi berita. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti mengenai produksi siaran program berita, sedangkan perbedaan skripsi ini terletak pada objek kajian program fokus terhadap analisis yang digunakan.

Sebagai penunjang kelancaran untuk memenuhi kecukupan data yang diperlukan, maka sumber pustaka yang digunakan untuk penelitian ini diantaranya adalah buku dengan judul *Manajemen Media Penyiaran, Strategi mengelola Radio & Televisi* Morissan, M.A (2011) dalam bukunya yang membahas tentang strategi program yang ditinjau dari aspek manajemen program siaran yang terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, penayangan dan pengawasan program. Selain itu dibahas juga mengenai jenis program penyiaran, sumber program serta strategi penayangannya agar menghasilkan dampak optimal. Buku ini digunakan untuk memahami strategi program secara teori dan segala aspek yang membangun.

Buku karangan Graeme Burton yang berjudul *Membincangkan Televisi* (2007) dalam bukunya membahas tentang hakikat televisi dari segi sejarah, proses dan perkembangannya sebagai institusi hingga khalayak. Buku ini memberikan gambaran tentang pembagian ranah kajian bidang pertelevisian yang menempatkan televisi sebagai institusi, media, teks dan khalayak.

Buku karangan Morissan yang berjudul *Jurnalistik Televisi Mutakhir* (2008) dalam bukunya Morissan membahas tentang jurnalistik televisi secara teoritis serta aplikasi secara praktis, dalam buku ini istilah-istilah serta teknik yang sering dipakai untuk mengetahui dunia jurnalistik menjadi acuan peneliti untuk mengetahui kode etik jurnalistik, organisasi berita televisi yang guna memperkuat bahasan penelitian ini. Selain buku karangan Morissan, buku yang memaparkan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan jurnalistik yang digunakan dalam buku ini adalah

Buku karangan Drs. Arifin S. Harahap, Msi, yang berjudul *Jurnalistik Televisi, Teknik Memburu dan Menulis Berita* (2006) adalah buku-buku yang dikutip untuk memahami tentang dunia jurnalistik televisi dan teknik mencari dan menulis berita secara benar dan tepat.

Buku yang berjudul *Berita Untuk Mata & Telinga*, karangan Sidarta GM (2012). Isi dalam buku tersebut banyak menjelaskan tentang beragam berita televisi dan panduan menjadi seorang jurnalis. Buku tersebut digunakan sebagai referensi karena di dalamnya juga membahas mengenai karakteristik program berita televisi.

Buku karangan Andi Fachruddin yang berjudul *Dasar-dasar Produksi Televisi* (2012). Buku tersebut berisikan tentang tahapan-tahapan memproduksi

sebuah program televisi, yang membahas tentang berbagai teknik dan konsep fundamental sebuah program televisi yang berkualitas. Buku ini dijadikan bahan referensi karena di dalamnya menjelaskan tentang acuan untuk melihat pembacaan *rating* program televisi.

Buku karangan H.B Sutopo yang berjudul *Metodologi Penelitian Kualitatif* (2006) berisi pembahasan membahas mengenai sejarah dan metodologi penelitian kualitatif yang diulas secara komprehensif, dasar teori dan terapannya juga dijelaskan dalam buku ini, mulai dari perkembangan paradigma ilmu hingga cara penyajian dan analisisnya serta mencantumkan beberapa contoh kasus penelitian kualitatif. Buku ini digunakan sebagai acuan proses pengambilan data, reduksi, hingga validasi.

F. Landasan Teori

Landasan teori merupakan teori yang relevan yang digunakan untuk menjelaskan tentang variabel akan diteliti dan sebagai dasar untuk memberi jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan (hipotesis), dan penyusunan instrumen penelitian. Teori yang digunakan bukan sekedar pendapat dari pengarang atau pendapat lain, tetapi teori yang benar-benar telah teruji kebenarannya. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Berita Televisi

a. Pengertian Berita

Berita yaitu informasi tetapi tidak semua informasi adalah berita, berita adalah informasi yang penting / menarik bagi khalayak atau audien. Suatu informasi data dikatakan penting jika informasi itu memberikan pengaruh atau memiliki dampak kepada penonton, penonton adalah informasi yang bernilai berita. Struktur berita televisi tidak jauh berbeda dengan struktur berita pada media cetak, yaitu sama-sama menggunakan bagan piramida terbalik.³ Menurut Morrisson berita itu suatu informasi yang memberikan pengaruh bagi penonton yang menonton. Dimana berita yang diambil dari berita yang mempunyai unsur yang paling penting hingga berita yang tidak penting.

Stasiun televisi tidak bisa hanya menunggu berita datang tapi harus mengejar dan mencari, untuk itu stasiun harus mempunyai sumber daya manusia yang profesional dan menerjunkannya dalam tim liputan. Sebuah tim liputan biasanya terdiri dari tiga orang, seorang Reporter, Juru Kamera, dan seorang Pembantu. Tapi dalam kenyataan prakteknya hanya Reporter dan Juru Kamera saja. Dari ketiganya mempunyai peran dan tugas masing-masing tapi harus tetap jadi satu pikiran. Mereka harus menjadi *partner* atau jodoh kerja yang saling memahami. Hampir semua produksi program televisi, yang disebut kerja sama atau *team work* merupakan sesuatu yang

³ Morrisson MA, *Jurnalistik Televisi Mutakhir* hal. 7

sangat penting, tanpa itu mustahil sebuah program akan berhasil.⁴ Jika dari ketiga orang tersebut tidak biasa menjalankan praktek kerja di lapangan akan ada problem dalam memberitakan berita.

Jurnalistik televisi harus sangat efisien, pendek dan sederhana. Laporan kejadian harus dilaporkan dengan format bercerita, karena tidak ada unsur pengulangan bagaimana berita itu bisa dimengerti penonton dalam satu kali melihatnya, karena penonton tidak bisa mengulang kembali untuk melihat. Dramatisasi juga merupakan satu segi narasi, berita juga harus bisa melakukan dramatisasi melalui penempatan gambar yang disengaja.⁵ Sehingga dampak emosional penonton ikut larut dalam peristiwa.

b. Jenis – Jenis Kategori Berita

Berita dapat dikategorikan menjadi tiga bagian berdasarkan sifat dan kekuatan materi, jenis peristiwa dan cara penggalian berita⁶ antara lain:

1) *Hardnews*

Berita berat (*Hard News*) berita tentang peristiwa yang dianggap penting bagi masyarakat baik sebagai individu, kelompok maupun organisasi.⁷ Dalam penyampaianya menggunakan bahasa yang lugas, singkat, dan jelas mudah dipahami. Berita yang disampaikan harus baru dan hangat, jeda peristiwa kejadian dengan

⁴ Fred Wibowo, *Teknik produksi Program Televisi* hal, 105.

⁵ Fred Wibowo, hal, 170

⁶ Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi. Menjadi reporter Profesional* (Bandung, PT. Remaja Rosda karya, 2003), hal 40.

⁷ Deddy Iskandar Muda, hal, 40.

penyampaian berita tidaklah terlalu lama biasanya hanya beberapa menit sampai satu jam, jenis berita ini sangat terikat waktu aktual yang singkat dan biasanya bersifat linier dan langsung atau *straight news*.⁸

Media penyiaran adalah media yang paling cepat dalam menyiarkan berita kepada masyarakat, dalam berita-berita mengenai konflik, televisi menjadi medium yang paling dipercaya.⁹ Stasiun televisi akan menyiarkan kejadian secara berulang-ulang bahkan tiap jeda satu jam selalu memberikan perkembangan informasi yang ada.

2) *Soft news*

Berita Ringan (*Soft News*) sering kali juga disebut dengan *feature* yaitu berita yang tidak terikat dengan aktualitas namun memiliki daya tarik bagi pemirsanya.¹⁰ Berita ringan, menyenangkan dan *human interest*, fakta-fakta yang ada masih bisa dikembangkan secara mendalam oleh jurnalis. Sifat lunak dari corak berita ini bukan saja karena fakta, melainkan juga cara penyusunan materi visual dan pilihan gambar serta cara penyusunan kalimat-kalimat berita.¹¹ Peristiwa yang seharusnya masuk dalam kategori *hard news* lewat pilihan materi visual dan pilihan gambar yang tidak menunjukkan segi dramatisnya dan menggunakan narasi yang

⁸ Fred Wibowo, hal, 135.

⁹ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir* (Jakarta: kencana, 2008), hal, 25.

¹⁰ Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi. Menjadi reporter Profesional* (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2003), hal 41.

¹¹ Fred Wibowo, *Teknik Produksi Program Televisi* (Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2007), Hal 136

umum, dapat menjadi sajian yang lunak *soft news*, program yang masuk di dalamnya antara lain: *magazine*, *current affair*, *dokumenter*, dan *talk show*.

3) *Investigative Report*

Sering juga disebut laporan penyelidikan (*investigasi*) adalah jenis berita yang eksklusif dengan mencoba menguak fakta-fakta yang ditutup atau tersembunyi. Datanya tidak boleh dipermukaan, tetapi harus dilakukan berdasarkan penyelidikan.¹²

c. Sumber Berita

Stasiun televisi tidak dapat hanya menunggu berita yang datang. Stasiun televisi harus mengejar berita dan untuk itu mereka harus memiliki reporter televisi. Namun selain berita, stasiun televisi membutuhkan gambar dan untuk itu diperlukan seorang juru kamera (*camera person*). Keunggulan televisi dibandingkan media lainnya adalah pemirsa dapat melihat peristiwa yang terjadi karena berita yang dibacakan oleh penyiar didampingi dengan gambar. Kredibilitas stasiun televisi yang dibangun dengan susah payah akan turun drastis dalam semalam, jika tim liputannya gagal mendapatkan gambar dari suatu peristiwa yang penting. Dan sumber-sumber berita televisi adalah sebagai berikut:

- 1) Reporter, sumber berita televisi yang penting adalah reporter dan juru kamera yang bertugas mencari informasi dan mengambil gambar di lapangan.

¹² Deddy Iskandar Muda, hal 42.

- 2) Kantor berita, hampir seluruh stasiun televisi berlangganan kantor berita dan bahkan kebanyakan stasiun televisi menjadikan kantor berita sebagai sumber berita paling penting dan paling utama bagi program beritanya.
- 3) Kontak pribadi, reporter yang baik memiliki kontak pribadi dengan orang-orang yang berkerja pada berbagai lembaga pemerintah dan nono pemerintah
- 4) Siaran pers, adalah informasi atau pernyataan yang dikirimkan estasiun televisi dengan tujuan untuk dapat dipublikasikan.
- 5) Kontak publik, adalah orang-orang penting atau figur kunci yang dapat diminta tanggapan atau opininya mengenai berita yang mempengaruhi organisasi atau profesi mereka.¹³

d. Nilai Berita

Nilai pada berita adalah kriteria umum yang dapat dijadikan acuan oleh para jurnalis untuk memilih dan memutuskan berbagai fakta yang dianggap pantas dijadikan berita dan mana yang lebih baik untuk diangkat. Dengan kriteria umum nilai berita, reporter dapat dengan mudah dalam mendeteksi dan menentukan peristiwa mana saja yang harus diliputi dan dilaporkan. Begitu juga untuk editor, kriteria umum nilai berita membantu editor untuk mempertimbangkan memilih dan memutuskan berita terbaik dan terpenting untuk di publikasikan pada khalayak lewat media massanya.

¹³ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, Ramdina Prakarsa, Tangerang, 2005,hal 21-25

Kriteria umum nilai berita, menurut Brian S. Brooks, George Kennedy, Darly R. Moen, dan Don Ranly dalam *News Reporting and Editing* (1980;6-17) menunjukkan pada sembilan hal. Menurut pakar lain terdapat dua hal lain yang juga termasuk kriteria umum nilai berita. Jadi, terdapat 11 nilai berita secara umum, yaitu:¹⁴

1) Keluarbiasaan (*Unusualness*)

News is unusualness. Berita adalah sesuatu yang luar biasa. Dalam pandangan jurnistik, berita merupakan suatu peristiwa yang luar biasa. Semakin besar suatu peristiwa, semakin besar pula nilai berita yang ditimbulkannya.

2) Kebaruan (*Newness*)

News is new. Berita adalah tentang sesuatu yang terbaru. Semua hal yang baru apapun namanya, pasti memiliki nilai berita.

3) Akibat (*Impact*)

News has impact. Berita adalah sesuatu yang berdampak luas. Suatu peristiwa tidak jarang menimbulkan dampak besar dalam kehidupan masyarakat. Semakin besar dampak sosial, budaya dan ekonomi yang ditimbulkannya, maka semakin besar nilai berita yang dikandungnya.

4) Aktual (*Timeliness*)

¹⁴A.S. Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional* (Bandung: PT Simbiosis Rekatama Media, 2006) hal. 81-91

News is timeliness. Berita adalah peristiwa yang sedang atau baru terjadi. Aktual berarti menunjukkan pada peristiwa yang baru atau yang sedang terjadi. Media massa harus memuat atau menyiarkan berita-berita aktual yang akan dibutuhkan masyarakat.

5) Kedekatan (*Proximity*)

News is nearby. Suatu pernyataan atau pendapat yang terjadi didekat khalayak, baik dekat secara geografis maupun dekat secara emosional dapat menarik perhatian penonton, pendengar dan pembaca.

6) Informasi (*Information*)

News is information. Berita adalah informasi. Menurut Wilbur Schramm, informasi adalah segala yang bisa menghilangkan ketidakpastian.

7) Konflik (*Conflict*)

News is conflict. Berita adalah konflik atau segala sesuatu yang mengandung unsur atau syarat dengan dimensi pertentangan.

8) Orang Penting (*Public Figure, News Maker*)

News is about people. Berita adalah tentang orang-orang penting ternama, tersohor, selebritis, figur publik. Orang-orang penting, terkemuka, dimanapun selalu dibuat berita.

9) Kejutan (*Surprising*)

News is surprising. Kejutan adalah sesuatu yang datang tiba-tiba, diluar dugaan, tidak direncanakan, diluar perhitungan, tidak diketahui sebelumnya.

10) Ketertarikan manusiawi (*Human Interest*)

News is interesting. Kadang-kadang suatu peristiwa tidak menimbulkan efek berarti pada seseorang atau masyarakat, tetapi telah menimbulkan getaran pada suasana hati, suasana kejiwaan dan alam perasaannya.

11) Seks (*Sex*)

News is sex. Berita adalah seks, seks adalah berita. Sepanjang sejarah peradaban manusia, segala hal yang berkaitan dengan perempuan pasti menarik dan menjadi sumber berita.

2. Pengertian Strategi

a. Strategi Produksi Program

Menurut Herbert Zettl, seluruh jenis program televisi yang disajikan kepada pemirsa harus diawali dengan ide atau konsep.¹⁵ Tetapi mengolah sebuah ide atau konsep menjadi suatu program yang menarik sungguh bukan pekerjaan yang mudah. Seorang Produser televisi tidak

¹⁵ Mosco, Vincent. *The Political Economy of Communication*, hal 133.
London : Sage Publication

bisa hanya menunggu ide itu datang, namun harus mencari ide yang unik dan baru sesuai keinginan pemirsa televisi (*target audience*).

b. Strategi Redaksi

Strategi redaksi adalah sarana yang digunakan suatu media untuk mencapai tujuan akhir (sasaran). Strategi yang dijalankan sebuah redaksi merupakan rencana yang disatukan, mengikat semua bagian perusahaan menjadi satu, bersifat menyeluruh, meliputi semua aspek penting perusahaan dan semua bagian rencana serasi satu sama lain bersesuaian. Pada umumnya para perencana/pembuat strategi mereka yang mempunyai kedudukan paling tinggi dalam perusahaan. Karena mereka lebih menitikberatkan keterampilan konseptual, dari pada keterampilan teknis.¹⁶ Strategi redaksi sangat penting untuk menentukan rencana untuk memunculkan ide-ide yang kreatif.

Strategi redaksi menjadi salah satu kriteria dari pembuatan program berita adalah mencapai target *rating* oleh karena itu, strategi Redaksi dalam pencapaian tujuan tersebut harus memenuhi kriteria dalam berbagai hal, diantaranya :¹⁷

a) Strategi Jurnalistik

Berita yang disampaikan harus dapat bersaing (*competitive*) dengan program berita TV lain. Berita tersebut harus aktual, bebas dari pengaruh individu, kelompok maupun golongan. Berita juga

¹⁶Michael A.HITT, *Manajemen Strategi*, hal 12

¹⁷ Opung Arif Harahap, Eks. Produser *iNEWS Siang*, (Wawancara), 2017

harus dipaparkan secara jelas dan mendalam sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.

b) *Strategi Show*

Pengemasan tayangan berita haruslah menarik baik dari segi *content*, *presenter*, *grafis*, maupun *backdrop*. Pembawa berita (*presenter*) harus terlihat matang dan *smart*, hal ini penting agar berita yang disampaikan dapat diterima oleh pemirsa. Selain itu dari segi *grafis* harus dibuat semenarik mungkin sehingga pemirsa tertarik untuk melihat. Hal lain yang mendukung *show program* adalah *backdrop* program. *Backdrop* program harus sesuai dengan karakter program.

3. *Rating*

Rating didefinisikan sebagai persentase dari banyaknya orang yang menonton suatu program dibanding jumlah populasi.¹⁸ Peringkat program atau *rating* sebagai bagian hal yang penting untuk mendapatkan evaluasi tercepat tentang produknya, bagi stasiun televisi komersial menjadi sangat penting. Dalam buku *Dasar-Dasar Produksi Televisi* Andi Fachruddin menjelaskan bahwa perusahaan atau lembaga *rating* menyediakan jasa kepada media televisi dengan mengeluarkan laporan rutin mengenai program apa saja yang menjadi unggulan dan tidak diunggulkan lagi. Perusahaan yang menyediakan jasa layanan *rating* televisi tersebut adalah *AGBNielsen Media Research*.¹⁹

¹⁸ Andi Fachruddin *Dasar-Dasar Produksi Televisi*, 2012, 189

¹⁹ Andi Fachruddin, 2012, 189

Stasiun televisi membutuhkan *rating* sebagai sarana mencari pemasukan dana yang berlaku umum, karena pemasang iklan sebagai pendapatan utama kelangsungan hidupnya ingin mengetahui televisi dan program apa yang paling banyak ditonton.²⁰ Dengan *rating* di televisi, pengiklan dapat lebih efisien mengatur biaya operasionalnya yang akan mencapai sasaran dikenal oleh konsumen sebanyak-banyaknya. Pengiklan yang terdiri dari lembaga atau institusi Negara dan khususnya swasta akan memasang iklannya pada stasiun televisi yang memiliki *rating* terbaik.

Rating digunakan untuk mengukur efektivitas penggunaan pesawat televisi atau radio sebagai media penyampaian pesan iklan. *Rating* adalah suatu ukuran yang menunjukkan bagian dari sejumlah individu atau rumah tangga yang melihat atau mendengarkan suatu program pada suatu waktu tertentu, yang biasanya dinyatakan dalam persentase. Menurut Morissan, *rating* merupakan hal yang penting karena pemasang iklan selalu mencari stasiun televisi atau program siaran yang paling banyak ditonton orang.

Jumlah *audien* stasiun televisi juga dihitung berdasarkan persentase rumah tangga yang sedang menggunakan pesawat televisi atau *Households Using Television (HUT)*. *Share* dari suatu stasiun televisi A diperoleh dengan cara membagi jumlah penonton yang menyaksikan acara televisi A dengan keseluruhan rumah tangga yang betul-betul menyaksikan televisi.

Hasil pembagian ini merupakan jumlah audien yang betul-betul menyaksikan acara televisi A atau bagian dari audien yang betul-betul

²⁰ Andi Fachruddin, 2012, 189

menyaksikan acara televisi A, dan hasil pembagian ini disebut dengan *Audience Share*.

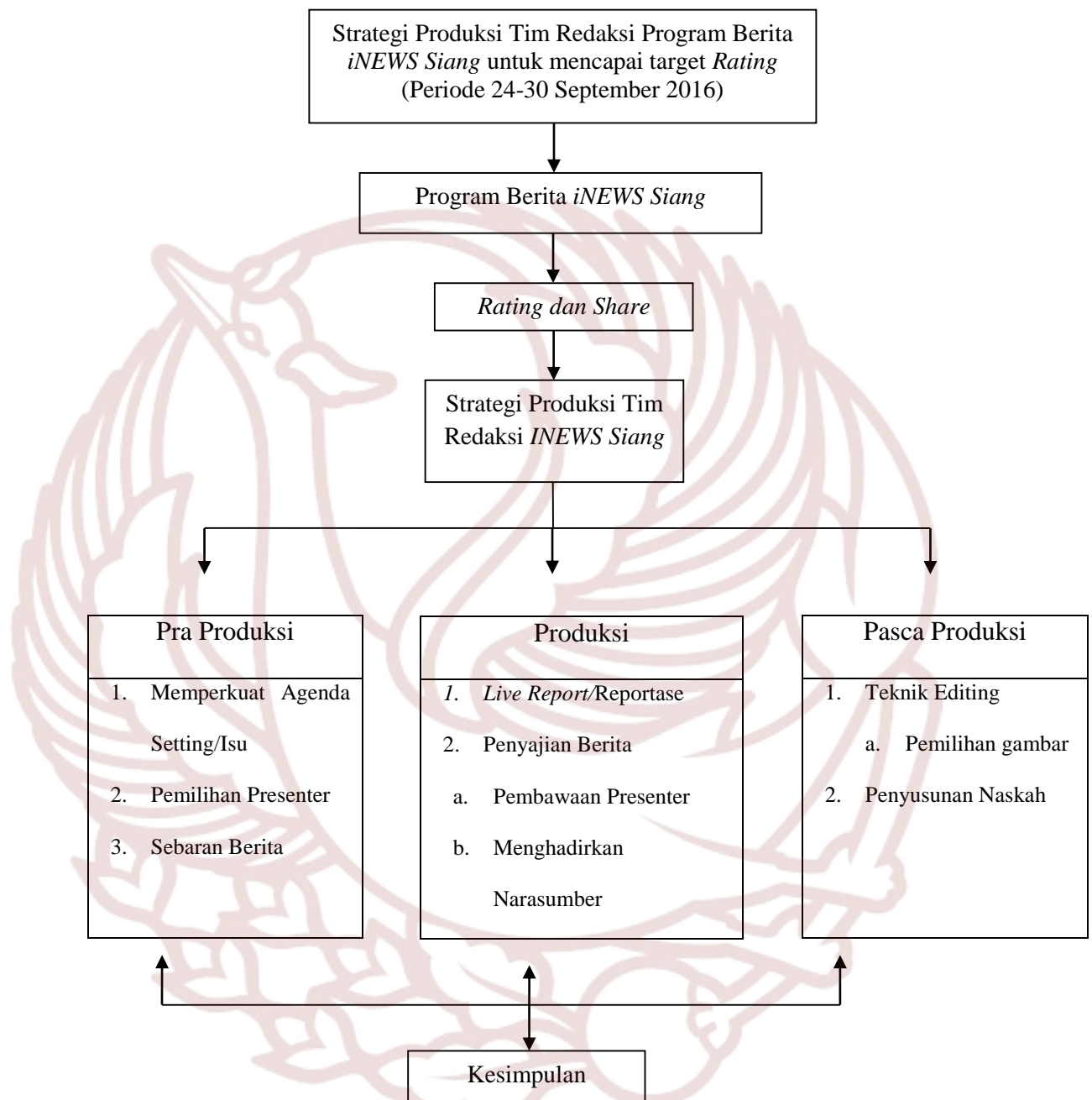
Share dan *rating* sangat mempengaruhi perolehan iklan. Perusahaan pengiklan, konon hanya mau atau cenderung akan beriklan di suatu stasiun (atau program acara) jika diketahui jumlah penontonnya banyak.²¹ Pengiklan disini melihat bagaimana peluang sebuah *rating* program yang tayang, sehingga pengiklan dapat memasang iklannya pada program tersebut. Hasil perhitungan *audience share* biasanya lebih disukai oleh pengelola stasiun televisi untuk menarik pemasang iklan daripada *rating*, selain karena angkanya lebih tinggi dari pada *rating*, juga karena *audience share* memberitakan informasi kepada pemasang iklan secara lebih *real* mengenai posisi suatu stasiun televisi terhadap televisi lainnya.²² Jadi *rating* dan *share* adalah hubungan yang tidak bisa di hilangkan salah satunya oleh stasiun televisi.

G. Skema Penelitian

Skema penelitian merupakan langkah yang akan digunakan peneliti untuk menjalankan prosedur yang akan digunakan untuk mempermudah pemahaman tentang alur pemikiran dalam penelitian ini hingga mendapatkan kesimpulan yaitu kelebihan strategi program pada acara berita *iNEWS Siang* untuk mencapai target *rating* .

²¹ Erica L. Panjaitan & TM. Dhani Iqbal, *Matinya Rating Televisi*. Yayasan Obor Indonesia, 2006 hlm. 21

²² Morissan Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi. PT. Ramadina Prakarsa 2005, hlm. 195



Gambar 1. Bagan Alur Penelitian

Sumber : (Tamara Geraldine, 2017)

H. Metode Penelitian

Metode penelitian ini pada hakikatnya menerangkan cara penyusunan data yang telah diperoleh selama proses penelitian. Penelitian ini membahas dan menganalisa strategi produksi program berita *iNEWS Siang* dalam upayanya mencapai target *rating*.

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah program berita *iNEWS Siang* pada stasiun televisi iNEWS TV yang tayang setiap Senin hingga Minggu pukul 11:30 WIB. Episode berita *iNEWS Siang* yang dijadikan bahan penelitian adalah berita yang tayang di antara bulan September 2016. Episode tersebut dipilih berdasarkan capaian angka *rating* yang dapat memenuhi target *rating* yang ditetapkan yaitu periode 25 September dan 30 September 2016.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penyajian data diterapkan secara deskriptif melalui kalimat tertulis dari hasil pengamatan. Penelitian menggunakan pendekatan ini menekankan pada kekuatan uraian kalimat yang menjabarkan hasil pengamatan secara rinci, lengkap dan mendalam guna mendukung penyajian data.²³ Hasil penelitian yang telah dilakukan selanjutnya diolah menjadi data yang dapat bertambah atau berubah sesuai dengan apa yang didapatkan di lapangan. Penelitian dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dipilih karena

²³ H.B. Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2006, 40

masalah yang dianalisis bersifat sementara dan dapat berkembang setelah berada di lapangan.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah bertempat di perusahaan televisi swasta yaitu PT. SUN TELEVISI NETWORK (iNEWS TV) MNC Tower Lt. 23 Jl. Kebon Sirih Raya 17 – 19 Jakarta Pusat 10340.

4. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data diperoleh, sumber data dibagi menjadi 2 yakni sumber data primer dan sumber data sekunder. Dalam penelitian ini penulis menggunakan kedua sumber data yakni:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.²⁴ Sumber data primer penelitian ini adalah hasil pengamatan langsung ketika mengikuti proses produksi berita *iNEWS Siang* iNEWS TV mulai dari *pra produksi, produksi, dan pasca produksi*. Pengamatan tersebut telah dilaksanakan selama satu bulan, terhitung sejak awal bulan September 2016 hingga akhir bulan September 2016. Sumber data primer berikutnya merupakan tayangan episode terpilih program berita *iNEWS siang* yang telah diunduh dari *official youtube* iNEWS TV serta data primer berupa hasil wawancara dengan

²⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta, 2012, 62

Khoiri Ahmadi selaku penanggung jawab program, Opung Arifilmasyah selaku Eks.Produser *iNEWS Siang*, Reiza Alfian selaku Produser *iNEWS Siang* dan Lala Sumardi selaku Reporter atau Koordinator Lapangan *iNEWS Siang*.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber data pertama. Sumber data sekunder merupakan hasil data pendukung yang dikumpulkan dari studi pustaka dan literatur yang relevan dengan judul. Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen, serta beberapa jurnal, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen.²⁵ Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah *company profile* yang didapat dari Redaktur *iNEWS Siang* serta data-data *rating* dan *share* yang berhubungan dengan institusi yang diteliti dengan mengakses internet maupun data yang didapat langsung dari iNEWSTV.

5. Teknik Pengambilan Sampling

Teknik pengambilan sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampling sumber data dengan

²⁵ Sumadi Suryabrata, 1987, hal 94

pertimbangan tertentu.²⁶ Dalam penelitian ini dipilihlah dua episode berita *iNEWS Siang* yang terdiri dari 1 episode *iNEWS Siang* yang tayang pada 25 September 2016 dan 30 September 2016. Episode yang dipilih tersebut adalah beberapa episode yang telah diikuti prosesnya selama praproduksi hingga pascaproduksi. Terhitung sejak awal penelitian pada awal bulan September 2016 hingga akhir September 2016.

Episode tersebut menyuguhkan topik pembicaraan yang berbeda-beda, diberitakan secara menarik dan tajam. Informasi disajikan secara mendalam hingga menghasilkan perolehan target capai *rating* dan *share* yang memenuhi target capai *rating* dan *share*.

6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai lokasi, sumber, serta berbagai cara.²⁷ Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah.

a. Observasi Partisipasi

Proses observasi sangat penting bagi sebuah penelitian. Observasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap program berita *iNEWS Siang* yang diproduksi pada stasiun televisi *iNEWS TV*. Pengamatan langsung yang dilakukan pada program berita *iNEWS*

²⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2009, 218

²⁷ Sugiyono, 2009, 224

Siang merupakan jenis observasi partisipatif. Peneliti selama empat bulan proses observasi berjalan terlibat langsung dengan ikut terjun pada program dan merasakan proses kerja di program berita *iNEWS Siang*. Observasi untuk penelitian ini telah dilakukan di stasiun televisi iNEWS TV program berita *iNEWS Siang* sejak 25 September 2016 sampai 25 Februari 2017.

Observasi partisipatif ini dilakukan untuk mengetahui proses kerja seluruh kru *iNEWS Siang* sejak proses *pra* produksi, produksi, dan pasca produksi. Selain itu, proses ini juga dilakukan untuk mengetahui proses kreatif dan cara pengambilan konsep setiap episode *iNEWS Siang*. Pengamatan partisipatif untuk melengkapi data-data terkait penelitian ini lebih banyak dilakukan ketika proses praproduksi dan produksi. Observasi jenis ini memudahkan dalam proses pengumpulan data, dengan ikut terlibat secara langsung seluruh proses kegiatan. Suasana yang terjalin pun terlihat natural, namun informasi yang didapatkan dapat maksimal.

b. Wawancara Langsung

Metode penelitian studi kasus ini dilaksanakan dengan melakukan wawancara secara langsung kepada para narasumber yang dalam penelitian ini adalah *News Reporter*, *News Producer*, *News Executive Producer* yang diwawancarai berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang dibuat oleh peneliti yang berhubungan dengan topik penelitian.

Dalam penelitian kualitatif, posisi narasumber sangat penting, bukan sekedar memberi respons, melainkan juga sebagai pemilik informasi. Karena itu disebut informan (orang yang memberikan informasi, sumber informasi, sumber data) atau disebut juga subjek yang diteliti, karena ia bukan saja sebagai sumber data, melainkan juga actor atau pelaku yang ikut menentukan berhasil tidaknya sebuah penelitian berdasarkan informasi yang diberikan.²⁸

Narasumber yang berkompeten untuk diwawancara dan dimintai informasi sehubungan dengan penelitian ini adalah Reporter, Producer, *Executive Producer*, yaitu: Opung Arifilmiansyah Harahap, (*Eks. Produser iNEWS Siang*) Bertanggung jawab pada program secara keseluruhan baik segi editorial, *format show*, *budgeting program* maupun manajemen personal tim *iNEWS Siang*.

Reiza Alfian, (Produser *iNEWS Siang*) Produser bertanggung jawab kepada isi (*content*) program, bertanggung jawab untuk mengemas berita yang di dapat oleh Reporter di lapangan, mengoreksi kesalahan sehingga berita tersebut layak tayang. Produser juga bertanggung jawab untuk memberikan ide maupun gagasan terhadap format maupun tampilan *show* program.

Lala, (Reporter *iNEWS TV/MNC Media*) Reporter bertanggung jawab terhadap pembuatan berita di lapangan,

²⁸ Erica L. Panjaitan & TM. Dhani Iqbal, *Matinya Rating Televisi*. Yayasan Obor Indonesia, 2006 hlm 33

pengumpulan data dan pencarian informasi. Bertanggung jawab terhadap pemilihan gambar yang telah diambil oleh *cameraman* di lapangan agar layak ditayangkan di program. Data yang didapat dari hasil wawancara ini berupa rekaman hasil wawancara yang kemudian dituangkan dalam transkrip wawancara.

c. Studi Dokumen

Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.²⁹ Dokumen dalam penelitian ini yang dapat menunjang proses penggalan data adalah gambar dan video rekaman program *iNEWS Siang* yang telah dipublikasikan, yaitu tayangan satu episode yang digunakan sebagai objek kajian. Rekaman tersebut didapatkan dengan cara mengunduh dari *Official Youtube iNEWS TV*. Analisis dilakukan dengan cara melihat dan mengamati rekaman, meng-*capture* video, dan mendengarkan narasinya. Sedangkan untuk pengumpulan dokumen yang digunakan adalah beberapa dokumen tentang program *iNEWS Siang* pada stasiun televisi *iNEWS TV*, seperti *rundown*, dan data *rating* tayangan yang dijadikan objek penelitian.

d. Studi Pustaka

Mengkaji dokumen atau data-data berupa *soft file* yang telah didapat dari hasil observasi seperti data-data perusahaan dan *rating* juga menjadi referensi dalam penelitian ini diantaranya

²⁹ Sugiyono, 2009, 240

adalah *handbook* iNEWS TV yang berisi mengenai organisasi manajemen iNEWS TV.

7. Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan & Biklen dalam bukunya Moleong Metodologi Penelitian Kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Terdapat tiga komponen utama dalam proses analisis yang harus ada dan selalu terlibat dalam proses analisis, saling berkaitan, serta menentukan arahan isi dan simpulan, baik yang bersifat sementara maupun simpulan akhir sebagai hasil analisis akhir, masing-masing adalah reduksi data, sajian data, dan penarikan simpulan serta verifikasi.³⁰ Pertama-tama tahap yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, kemudian direduksi, disajikan, dan disimpulkan.

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan komponen pertama dalam analisis yang merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi dari semua jenis informasi yang tertulis lengkap dalam catatan lapangan (*fieldnote*). Proses ini berlangsung terus sepanjang

³⁰ H.B. Sutopo. Metodologi Penelitian Kualitatif; Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian. (Universitas Sebelas Maret: Surakarta, 2006), Hal. 64

pelaksanaan pengumpulan data di lapangan. Artinya, reduksi data yang sudah berlangsung sejak peneliti mengambil keputusan (meski mungkin tidak di sadari sepenuhnya), melakukan pemilihan kasus, menyusun pertanyaan konseptual, dan bahkan juga waktu menentukan cara pengumpulan data yang akan digunakan karena teknik pengumpulan data tergantung jenis data yang akan digali.³¹

Memperhatikan penjelasan singkat diatas, maka bisa dinyatakan bahwa reduksi adalah bagian dari proses analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sesuai rencana penelitian. Dalam penelitian ini reduksi data dilakukan dengan cara mengambil hasil wawancara dengan tim redaksi *iNEWS Siang* yang berhubungan atau menjawab penelitian, dan membuang hasil wawancara yang tidak berhubungan dengan penelitian. Selain itu proses reduksi data juga di lakukan untuk memilih gambar yang diperlukan untuk menambah data-data yang disesuaikan dengan penelitian. Data yang telah dikumpulkan kemudian diringkaskan untuk lebih memfokuskan penelitian sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Perangkuman data rekaman episode *iNEWS Siang* dilakukan dengan menghilangkan bagian-bagian yang dianggap kurang kuat dan memasukkan bagian yang penting serta memperkuat objek penelitian. Proses reduksi ini dikerjakan dengan memilah-milah beberapa segmen

³¹ H.B. Sutopo, 2006 Hal 114

dalam satu episode yang memiliki kekuatan visual serta narasi yang dianggap mewakili karakter program. Pemilihan dilakukan berdasarkan segmen yang dianggap menarik.

b. Sajian Data

Sebagai komponen analisis kedua, sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi lengkap yang untuk selanjutnya memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Sajian data ini disusun berdasarkan pokok-pokok yang terdapat dalam reduksi data, dan disajikan dengan menggunakan kalimat dan bahasa peneliti yang merupakan rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga bila dibaca, akan mudah dipahami. Sajian data merupakan narasi mengenai berbagai hal yang telah ditemukan di lapangan, sehingga memungkinkan peneliti untuk berbuat sesuatu pada analisis ataupun tindakan lain berdasarkan atas pemahamannya tersebut³².

Penyajian data hasil wawancara dengan tim *iNEWS siang* yakni berupa deskripsi *transkrip* wawancara. Selain itu data penelitian ini juga disajikan melalui gambar dan tabel yang digunakan dalam penyajian data. Data disajikan dalam bentuk penjelasan deskriptif secara terstruktur dan detail mulai dari episode *iNEWS Siang* yang dipilih. Sajian data yang dipaparkan dilengkapi dengan potongan

³² H.B. Sutopo. *Metodologi Penelitian Kualitatif; Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. (Universitas Sebelas Maret: Surakarta, 2006), Hal 114-115

gambar. Hal ini akan lebih memudahkan pemahaman tentang apa yang terjadi serta dapat merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan sajian data yang telah dipahami. Akhirnya hasil yang didapatkan lebih tersusun dalam pola hubungan yang mudah dipahami.

c. Penarikan Simpulan dan Verifikasi

Langkah berikutnya dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan pada suatu penelitian perlu diverifikasi agar dalam proses pengkajian dapat dipertanggungjawabkan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Verifikasi tersebut dengan cara menyimpulkan hasil penelitian mengenai strategi produksi tim redaksi *iNEWS Siang* dalam mencapai target *rating* dan *share* yang selaras dengan inti dari definisi program berita televisi dan visi misi *iNEWS Siang* sebagai salah satu perusahaan media penyiaran yang bergerak di bidang pemberitaan atau *news*. Dengan menganalisa hasil wawancara dan hasil *capture copy* tayang *iNEWS Siang* yang akan dianalisis sehingga bisa ditarik kesimpulan.

I. Sistematika Penelitian

Secara terstruktur, penelitian ini dibagi menjadi empat bab. Masing-masing bab dibagi lagi menjadi beberapa sub bab yang dapat menjabarkan penelitian terkait dengan permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini. Berikut ini adalah pembagian bab dan penjelasannya secara garis besar:

BAB I PENDAHULUAN berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pikir, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II OBJEK PENELITIAN menjabarkan tentang objek penelitian yang dideskripsikan secara umum mengenai stasiun televisi iNEWS TV dan khususnya pada program *iNEWS Siang* serta kemasan program berita yang dikategorikan sebagai berita televisi dan membahas tentang tim redaksi serta membahas tata artistik program *iNEWS Siang*

BAB III STRATEGI PRODUKSI TIM REDAKSI PROGRAM BERITA *iNEWS SIANG* UNTUK MENCAPAI TARGET RATING DAN SHARE PROGRAM menjabarkan pembahasan penelitian yang dilakukan berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pikir hingga menemukan hasil dari penelitian. Bab ini memaparkan analisis tekstual data sesuai dengan jenis penelitian yaitu kualitatif deskriptif yang memfokuskan pada data utama hasil rekaman program berita *iNEWS Siang* dengan beberapa episode khusus yang menjadi objek penelitian dan menjawab dari rumusan masalah.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan penelitian mulai dari proses hingga hasilnya. Kesimpulan mencakup rangkuman penelitian yang telah dilakukan untuk menjawab rumusan masalah yang sinergi dengan tujuan penelitian. Pada bab ini juga disampaikan beberapa saran yang dianggap berguna bagi pihak-pihak terkait.

BAB II

OBJEK KAJIAN

A. Stasiun Televisi iNEWS TV

Stasiun Televisi iNews TV merupakan jaringan televisi lokal terbesar di Indonesia. Mengawali perjalanan hidupnya, pertama kali diluncurkan dengan nama SUN TV pada tanggal 8 Maret 2008. Siaran perdana SUN TV semula hanya dapat dilihat secara terestrial di beberapa jaringan televisi lokal di Indonesia serta melalui Indovision, Oke Vision dan Top TV. Seiring berjalannya waktu perubahan demi perubahan dilakukan. Sejak tanggal 26 September 2011, Sun TV berubah menjadi Sindo TV yang merupakan perwujudan dari sinergi SINDO Media, bersama dengan SINDO Radio (Trijaya FM), Koran Sindo serta portal sindonews.com.³³

Pada tanggal 23 September 2014 secara resmi Menteri Komunikasi dan Informatika RI memberikan izin stasiun jaringan bagi SINDO TV. Kemudian pada tanggal 6 April 2015, SINDO TV berubah menjadi iNEWS TV yang merupakan singkatan dari Indonesia News Televisi. iNEWS TV merupakan televisi lokal terbanyak di seluruh Indonesia. Dengan didukung jaringan yang luas ini, iNEWS TV dipastikan akan mengangkat dan menonjolkan konten lokal dari masing-masing daerah. iNEWS TV akan menjadi stasiun televisi yang mengunggulkan program-program berita dan informasi yang cepat, akurat, *informatif*, mendidik serta menginspirasi. Untuk memperkuat keunggulan sebagai televisi berita dan

³³ HRD iNEWS TV, Jakarta. 2017 .hal.2.

informasi, iNEWS TV didukung oleh *news centre* dan *news gathering* terbesar di Indonesia.

1. Logo iNEWS TV



Gambar 2. Logo iNEWS TV
Sumber : (HRD iNEWS TV)

Stasiun Televisi mempunyai sebuah visi dan misi yang menjadikan televisi terbaik di Indonesia maupun ASEAN, Menjadi sebuah televisi nasional dengan konsep lokal berjaringan yang menayangkan program-program referensi, memberikan informasi dan inspirasi yang kaya akan ragam konten lokal, nasional maupun internasional.

2. Visi

Menjadi sebuah televisi nasional dengan konsep lokal berjaringan yang menayangkan program-program referensi, memberikan informasi dan inspirasi yang kaya akan ragam konten lokal, nasional maupun internasional. Hal tersebut sangat berpengaruh dalam pembuatan program-program iNEWS TV. Produksi suatu program harus berdasarkan visi yang dimiliki perusahaan, hal tersebut diharapkan dapat mewujudkan cita-cita perusahaan.

3. Misi

Misi iNEWS TV adalah menyajikan informasi yang cepat, terpercaya dan berimbang; Meningkatkan potensi daerah dengan menyajikan informasi dan hiburan lokal yang lengkap dan beragam; Memberikan pembelajaran dan

inspirasi kehidupan, turut serta dalam menjaga dan melestarikan kebudayaan nasional, menggerakkan ekonomi masyarakat melalui berbagai informasi yang memberikan stimulasi dan peluang berusaha.

4. Target *Audiens*

iNEWS TV memiliki target audien untuk mempermudah penyusunan jam tayang yang sesuai. Target audien iNEWS TV adalah

“Membidik *gender male* dan *female* iNEWS TV menyusun strategi untuk memberikan informasi yang aktual dan terpercaya dengan konsep lokal berjaringan yang menayangkan program-program referensi, memberikan informasi dan inspirasi yang kaya akan ragam konten lokal, nasional maupun internasional secara *live* ”³⁴

Secara keseluruhan, program-program iNEWS TV bersifat informatif, program tersebut dirancang sesuai dengan target audien yang membidik segmen keluarga yaitu bapak, ibu, dan anak-anak. Sebagai identitas perusahaan untuk memberikan citra yang baik terhadap masyarakat.

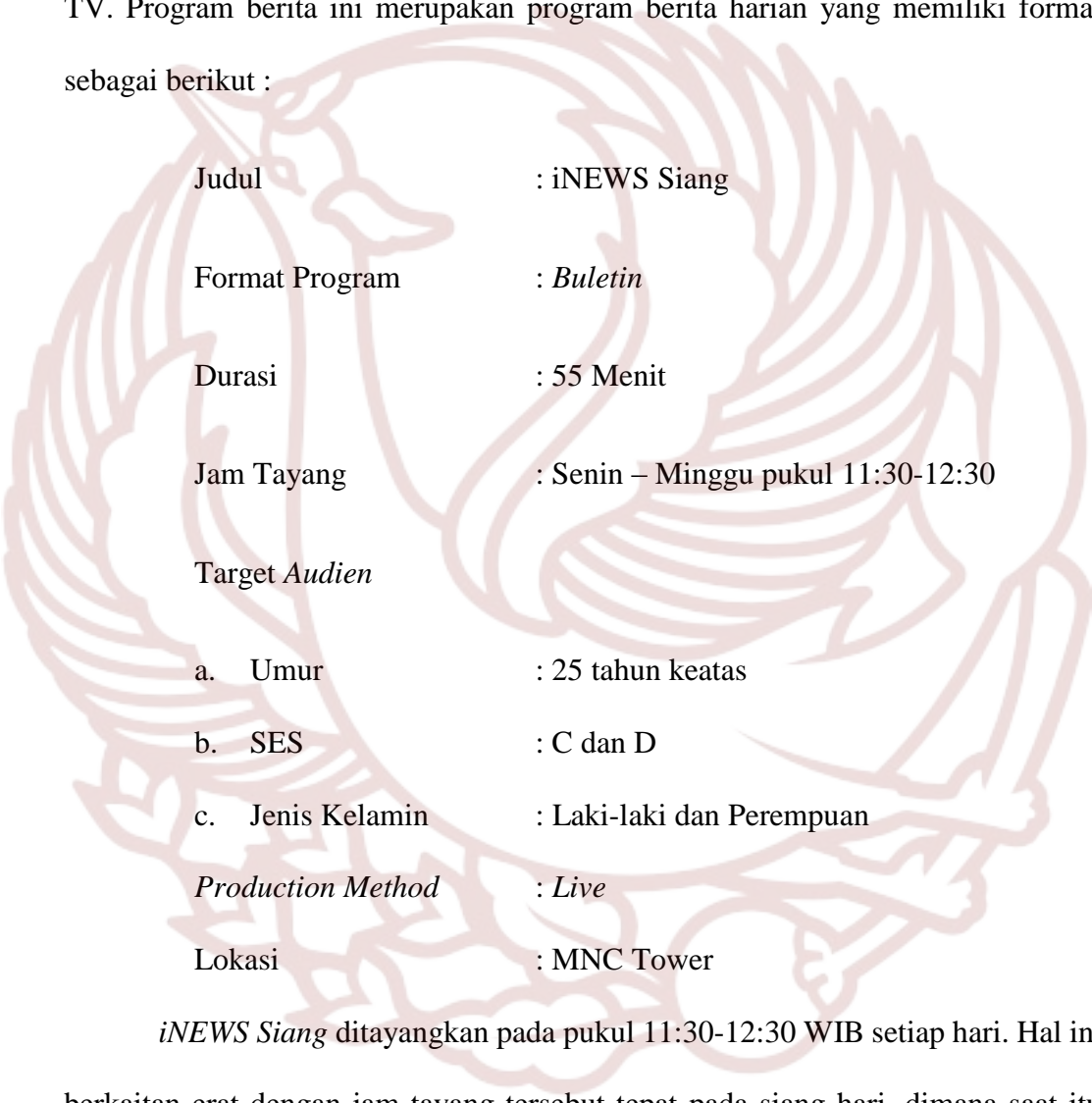
B. Program Berita *iNEWS Siang*

iNEWS Siang merupakan salah satu program berita harian iNEWS TV yang diproduksi oleh PT. Sun Televisi Network yang masih anak perusahaan dengan MNC Media yang didirikan pada April 2015 yang khusus memproduksi acara berita, *talkshow* dan *feature*, *iNEWS Siang* tayang setiap hari Senin hingga Minggu pukul 11:30-12:30 secara *live*. *iNEWS Siang* di produksi oleh PT. Sun Televisi Network untuk memberikan informasi-informasi terkini yang sedang di terjadi seluruh wilayah Indonesia dan manca negara secara aktual dan terpercaya.

³⁴ Hasil Wawancara dengan HRD iNEWS TV, 2017.

C. Deskripsi Program

iNEWS siang merupakan salah satu program beritab yang tayang di iNEWS TV. Program berita ini merupakan program berita harian yang memiliki format sebagai berikut :



Judul	: iNEWS Siang
Format Program	: <i>Buletin</i>
Durasi	: 55 Menit
Jam Tayang	: Senin – Minggu pukul 11:30-12:30
Target Audien	
a. Umur	: 25 tahun keatas
b. SES	: C dan D
c. Jenis Kelamin	: Laki-laki dan Perempuan
<i>Production Method</i>	: <i>Live</i>
Lokasi	: MNC Tower

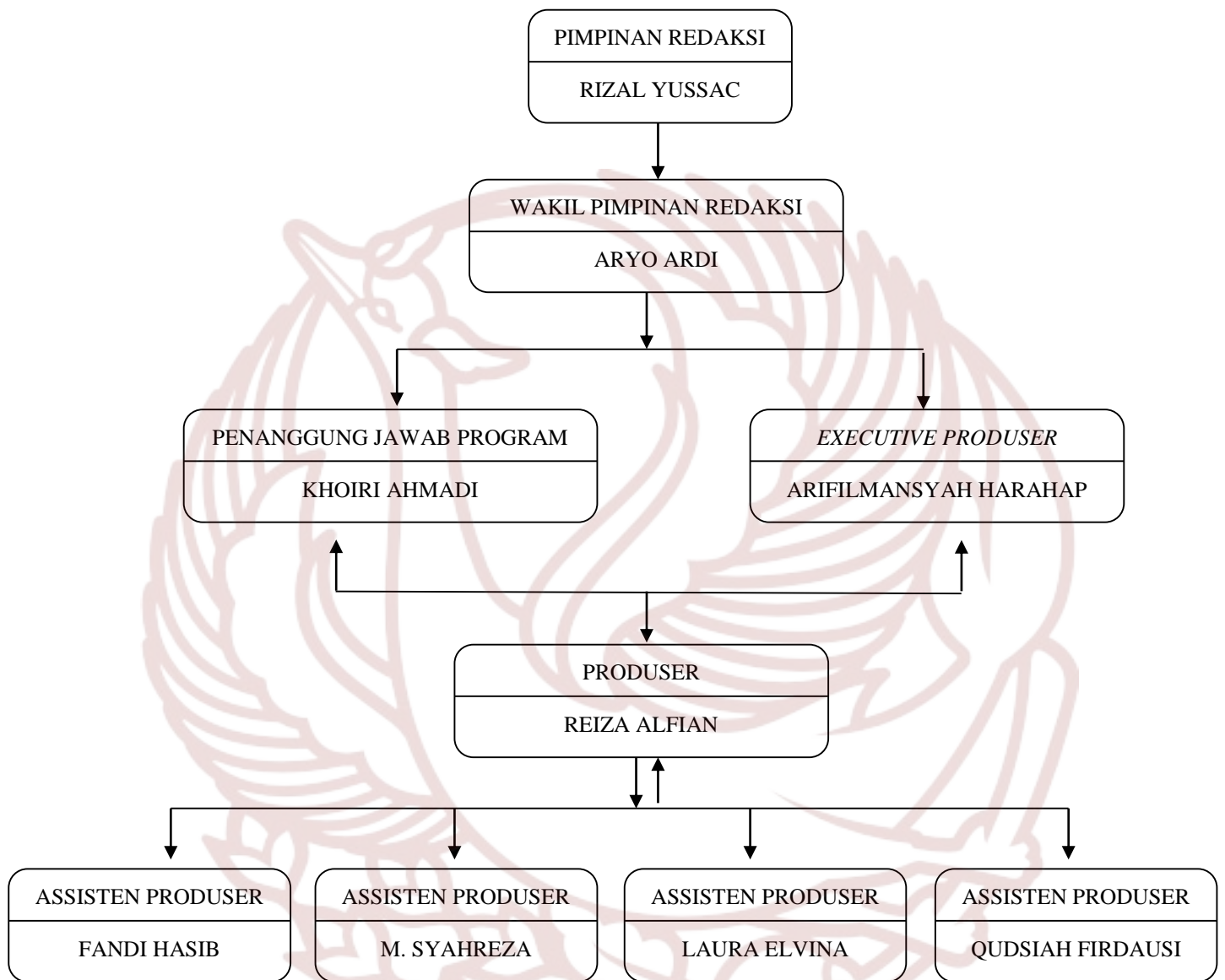
iNEWS Siang ditayangkan pada pukul 11:30-12:30 WIB setiap hari. Hal ini berkaitan erat dengan jam tayang tersebut tepat pada siang hari, dimana saat itu adalah waktu istirahat yang diperkirakan para pekerja melakukan aktivitas makan siang sehingga penempatan jam tayang *iNEWS Siang* disesuaikan dengan waktu istirahat siang pemirsa.

iNEWS Siang terdiri dari empat segmen, yang memiliki format piramida terbalik yaitu format berita yang dimulai dengan penayangan program berita yang memiliki nilai berita yang sangat penting serta sedang hangat-hangatnya terjadi dan menjadi isu besar dikalangan masyarakat (*hard news*), menuju ke hal yang kurang penting atau berita yang memiliki nilai berita ringan (*soft news*), dengan materi berita dari dalam maupun luar negeri.³⁵

D. Tim Redaksi

Tim Redaksi *iNEWS Siang*, dimulai dari tingkat tertinggi yakni, Pimpinan Redaksi sampai dengan jabatan penulis sebagai Asisten Produksi. Ini adalah struktur kerja *crew iNEWS Siang* yang membantu program *iNEWS Siang* dalam mengurus IOM dan persuratan lainnya:

³⁵ Hasil wawancara dengan Eksekutif Produser *iNEWS siang*, 2017



Gambar 3. Struktur Tim Redaksi Program Berita *iNEWS Siang*

(Sumber: Eksekutif Produser *iNEWS Siang*, 2017)

Berikut ini adalah tugas dari divisi produksi *News Production iNEWS* siang antara lain :

a. Pimpinan Redaksi :

Berkewajiban bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja yang berhubungan dengan redaksi sehari-hari, Pemimpin Redaksi bertugas menetapkan kebijakan dan mengawasi seluruh kegiatan redaksional, bertindak sebagai pemimpin atau komandan yang memerintah atau kebijakannya harus dipatuhi oleh semua kru. Pimpinan redaksi bertanggung jawab penuh terhadap penyiaran. Bertanggung jawab kepada pihak lain, jika pihak lain merasa dirugikan dengan isi tayangan, dan melanjutkan kepada jalur hukum. sehingga pihak lain melakukan somasi, tuntutan hukum, atau menggugat ke pengadilan. Sesuai aturan, tanggung jawab oleh Pemimpin Redaksi bila dilimpahkan kepada pihak lain yang dianggap melakukan kesalahan tersebut.

b. Wakil Pimpinan Redaksi :

Membantu pemimpin redaksi dalam menjalankan tugas-tugasnya.

c. Penanggung Jawab Program :

Memiliki tugas untuk mengatur pada tiap program *news magazine* yang berada di bawah naungannya. Mempunyai kuasa untuk menentukan program yang memiliki kelayakan untuk naik tayang atau tidak.

d. Eks. Produser:

Penanggungjawab utama program yang bertugas mengontrol pada tiap tayangan yang dipegang olehnya. Mampu memberikan saran yang baik bagi Produser demi kemajuan program tayangannya. Semua kegiatan yang dilakukan oleh Tim Produksi, dan Produser, harus diketahui dan disetujui oleh Eksekutif Produser.

e. Produser :

Bertugas merencanakan dan mengkoordinasi beberapa aspek dalam radio, televisi, panggung atau produksi perfilman. Dalam program acara Produser memberi keputusan tertinggi untuk menentukan apakah liputan atau VT layak untuk tayang atau tidak, setelah memasuki ruang editing. Produser bertanggung jawab atas semua yang terkait isi dan teknik program. Produser juga bertanggung jawab untuk membuat anggaran keuangan besar program.

f. Asisten Produser :

Mempunyai peran kunci penting dalam menjaga kegiatan produksi agar berjalan dengan lancar dan program sesuai dengan jadwal. Asisten produser di *iNEWS Siang*, bertugas untuk mencari tema program, riset tema yang akan diangkat dan membuat *script*. Mencari narasumber untuk setiap tayang, serta mengurus kebutuhan administrasi untuk kebutuhan program.

E. Tata Artistik

Tata Artistik dalam program berita *iNEWS Siang* meliputi tata artistik *set* dan *property* serta tata busana atau *wardrobe*.

1) Tata Artistik *Set* dan *Properti*

Dalam setiap tayangan berita *set* yang digunakan selalu sama serta tidak ada *property* yang digunakan. *Set* yang digunakan lebih modern dari *setting* tayangan program berita sebelumnya. *Set iNEWS Siang* lebih banyak menggunakan layar monitor supaya bisa lebih menayangkan *footage* atau video *streaming* saat *live*. *Setting* tempat program ini adalah *indoor* atau didalam studio dengan *set & prop* suasana studio berita. Pengambilan gambar tayangan berita *iNEWS Siang* menggunakan tiga kamera ini hanya melibatkan sekitar tujuh orang di lokasi. Sedangkan untuk keseluruhan *crew* yang terlibat termasuk *host* dan narasumber berjumlah 25 orang. Untuk menghadirkan suasana yang serius dan bersahabat *setting* berita *iNEWS Siang*. Piranti yang ada di studio untuk menunjang yaitu terdapat kursi yang dipakai untuk presenter duduk supaya kesan bersaja tampak saat membacakan berita terdapat juga meja di studio yang dipakai untuk meletakkan kertas *rundown* dan isian berita apa saja yang akan disampaikan. Berikut ini adalah perbandingan antara studio *iNEWS Siang* yang lama dan studio yang baru. Terlihat perbedaan yang sangat mencolok antara *setting background* yang digunakan antara studio yang lama dan baru. Studio baru memberikan kesan warna kuning kemerahan yang bisa dikatakan warna *orange* memberikan

kesan hangat dibandingkan studio lama yang terkesan sederhana dengan balutan warna putih, hitam dan merah.



Gambar 4. Suasana Setting studio lama
Sumber : (Tamara, 2016)



Gambar 5. Suasana setting studio baru
Sumber : (Tamara, 2017)

2) Tata Busana

Busana adalah segala sesuatu yang dikenakan mulai dari ujung kepala sampai ujung kaki yang memberikan rasa nyaman dan menampilkan keindahan bagi si pemakai. Secara garis besar busana meliputi : ³⁶

- a) Busana mutlak yaitu busana yang tergolong busana pokok seperti baju, rok, kebaya, blus dan lain-lain, termasuk pakaian dalam seperti singlet, bra, celana dalam dan lain sebagainya.

³⁶ Ernawati, Tata Busana untuk SMK Jilid 1 (Jakarta: direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, 2008), Hal 24

- b) *Milineris* yaitu pelengkap busana yang sifatnya melengkapi busana mutlak, serta mempunyai nilai guna disamping juga untuk keindahan seperti sepatu, tas, topi, kaus kaki, kaca mata, selendang, *scraf*, *shawl*, jam tangan dan lain-lain.
- c) Aksesoris yaitu pelengkap busana yang sifatnya hanya untuk menambah keindahan si pemakai seperti cincin, kalung, leontin, *bross* dan lain sebagainya.

Tata busana yang digunakan dalam program *iNEWS siang* terlihat formal namun tetap terlihat modern. *Wardrobe* yang digunakan oleh *presenter* atau *host* yakni busana formal dress.



Gambar 6. *Wardrobe* Presenter *iNEWS Siang*
Sumber : (Tamara, 2017)

3) Tata Cahaya

Fungsi tata cahaya dalam secara teknis adalah membangun kesan suasana pada karya audiovisual, membangun harmonisasi sehingga rasionya tidak kontras, dan membantu kamera menangkap kesan subyek yang diterangi.³⁷ Dasar tata cahaya ada empat *lighting set* yang digunakan dalam tata cahaya dasar adalah:

- 1) *Key Light*, cahaya utama yang berfungsi sebagai penerang utama pada subjek.
- 2) *Fill Light*, cahaya tambahan untuk mengisi bagian lain yang berlawanan dengan *key light* dan berfungsi untuk mengimbangi *key light*.
- 3) *Back Light*, cahaya tambahan yang mengarah bagian belakang subjek guna menciptakan kesan ruang 3 dimensi.
- 4) *Available Light*, cahaya pendukung yang berfungsi sebagai penegas suasana, misalnya untuk mendukung suasana mistis, suasana siang hari.

Tata cahaya yang digunakan pada program berita *iNEWS siang* menggunakan sumber cahaya *Artificial Light* yang ada didalam studio. Dengan menggunakan teknik tata cahaya dasar untuk membangun harmonisasi sisi artistik sehingga membantu kamera untuk menangkap kesan subyek yang diterangi. Penambahan

³⁷ Tandiyo Pradekso, dkk, *Buku Materi Pokok Produksi Media* (Jakarta, Universitas Terbuka, 2013), hlm.3

Available Light seperti lampu led, lampu hiasan dinding, dan lain-lain juga ditambahkan agar suasana seperti di studio lebih tampak dan studio tampak hangat dan terang jika memadukan tata cahaya tersebut.

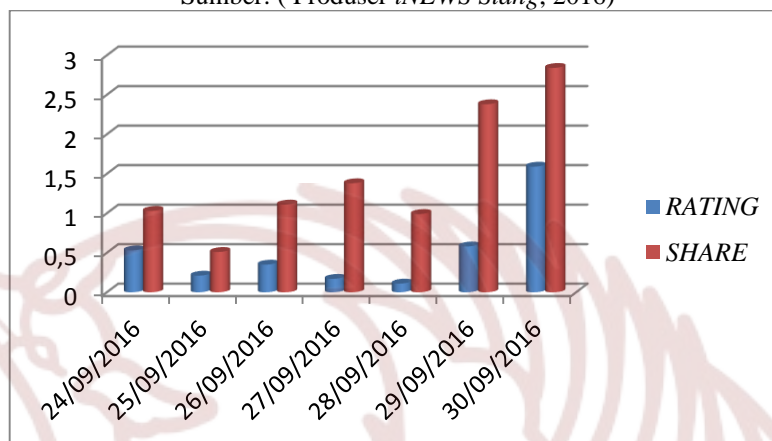


Gambar 7. Suasana Seting Lighting Studio *iNEWS Siang*
Sumber: (Tamara, 2017)

F. TARGET RATING *iNEWS Siang*

Dalam menentukan capaian target setiap program mempunyai standar capaian target yang berbeda-beda. *iNEWS Siang* mempunyai target *rating* 1,5 dan *share* 2,5 *iNEWS Siang* selalu menghadirkan program-program berita yang *update* (terkini). Berikut ini adalah capaian target *rating* dan *share iNEWS Siang* periode 24 September 2016 hingga 30 September 2016. Sehingga sebuah target *rating* dan *share* menjadikan patokan sebuah program yang nantinya akan muaranya akan dibawa pada pengiklan yang akan memasang iklannya disuatu program.

Tabel 1. Data sample rating *iNEWS Siang*
 Sumber: (Produser *iNEWS Siang*, 2016)



Dari grafik di atas menunjukkan bahwa dari tanggal 24 September hingga tanggal 30 September 2016 mengalami naik turun *rating* program berita. Pada Program *iNEWS Siang* yang ditayangkan pada tanggal 30 September 2016, target *rating iNEWS Siang* bisa tercapai. Keberhasilan suatu program berita dilihat dari bagaimana perolehan *rating* dan *share* program tersebut. *iNEWS Siang* program yang dimana tidak pernah mencapai target *rating* tetapi pada suatu episode bisa menembus bahkan melampau dari target *rating* yang ditetapkan tim redaksi. *iNEWS Siang* dapat melampau target dengan selalu memperbarui strategi-strategi yang ditetapkan oleh tim redaksi program.

BAB III

STRATEGI PRODUKSI TIM REDAKSI PROGRAM BERITA *iNEWS*

SIANG UNTUK MENCAPAI TARGET *RATING*

Program *iNEWS Siang* merupakan salah satu program berita yang diproduksi oleh stasiun TV iNEWSTV yang mengkhususkan tayangan pada program berita. Latar belakang dari pembuatan program ini didasari dari hasil *research* R&D iNEWS mengenai *trend* berita yang cukup diminati oleh masyarakat banyak. Setiap episode *iNEWS Siang* selalu menghadirkan topik-topik berita yang aktual dan yang sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat, di antaranya adalah Peristiwa, *Feature*, *Human Interest*, dan Investigasi.

Sejak awal penayangan program *iNEWS Siang* hingga kini, acara berita ini terus mengasah ketajaman dan keaktualan informasi walaupun terbilang televisi berita baru *iNEWS Siang* selalu menghadirkan berita terbaru dan diberitakan secara *live*. *Rating* didefinisikan sebagai persentase dari banyaknya orang yang menonton suatu program dibanding jumlah populasi.³⁸

Berkaitan dengan persaingan yang sedemikian ketat pada industri media, dalam buku *Dasar-Dasar Produksi Televisi* Andi (2012) mengatakan bahwa bagi stasiun televisi komersial, peringkat atau *rating* sangat dibutuhkan untuk mendapatkan evaluasi tercepat tentang produk/programnya. Perusahaan atau lembaga *rating* menyediakan jasa kepada media televisi dengan mengeluarkan laporan rutin mengenai program apa saja yang unggulan dan tidak unggulan.

³⁸ Andi Fachruddin *Dasar-Dasar Produksi Televisi*, 2012 hal 189

Stasiun televisi membutuhkan *rating* sebagai mata uang yang berlaku umum, karena pemasang iklan sebagai pendapatan utama kelangsungan hidupnya ingin mengetahui televisi dan program apa yang paling banyak ditonton orang. Standar siaran iklan juga telah ditetapkan dalam UU No. 32 Tahun 2002 sebanyak 20 %.³⁹

Standar umumnya dalam 1 jam atau 60 menit = terdapat 24 kali siaran iklan. Hasil dari *rating* televisi yang diketahui pengiklan, dapat lebih efisien untuk mengatur biaya operasionalnya yang bertujuan untuk mengenalkan produk kepada konsumen sebanyak-banyaknya. Pengiklan terdiri dari lembaga / institusi negara dan swasta hanya akan memasang iklannya pada program yang memiliki *rating* baik. Sebab itu, *rating* menjadi parameter keberhasilan mempublikasikan sesuatu atau penjualan produk pengiklan.

Perolehan tinggi dan rendahnya target *rating* program berita *iNEWS Siang* dapat diketahui setelah berita ditayangkan. Tim Redaksi yaitu Eksekutif Produser melakukan *review*. Sesuai dengan hasil perhitungan *AGB Nielsen*, *iNEWS Siang* termasuk dalam kategori program berita baru yang diusung oleh MNC Media, karena hingga saat ini *rating* program *iNEWS Siang* masih relatif rendah. *iNEWS Siang* tayang satu jam lebih awal daripada program sejenisnya setiap hari Senin hingga Minggu pukul 11:30 hingga 12:30 hal tersebut menyebabkan *iNEWS Siang* tidak memiliki program tandingan yang sejenis. *iNEWS Siang* menerima data laporan *rating dan share* dari perusahaan *ABGNielsen* setiap hari yang dikirim melalui *email Executive Producer*. *Rating* ini digunakan untuk bahan evaluasi dan

³⁹ UU Penyiaran No. 32/2002 tentang penyiaran, pasal 46 ayat 8 dalam buku Andi Facruddin.

menyusun strategi program untuk menayangkan berita yang lebih digemari oleh khalayak supaya bisa memperoleh *rating* yang meningkat.

A. STRATEGI PRODUKSI TIM REDAKSI *iNEWS SIANG*

Program *iNEWS Siang* merupakan salah satu program berita yang diproduksi oleh stasiun televisi iNEWSTV yang mengkhususkan tayangan pada program berita. Latar belakang dari pembuatan program ini didasari dari hasil *research* R&D iNEWS TV mengenai *trend* berita yang cukup diminati oleh masyarakat banyak. Selain itu pembuatan program *iNEWS Siang* juga didasari oleh kejenuhan pemirsa akan tayangan berita-berita politik yang marak mewarnai program berita hampir di semua stasiun televisi yang mengakibatkan pemirsa beralih ke program berita lain seperti *infotainment* dan *criminal*. Program yang tayang perdana pada 2015 ini memiliki *competitor* atau pesaing yaitu program berita yang ditayangkan di TV One, Metro TV, Kompas TV yang sudah tayang terlebih dahulu sebelum iNEWS TV muncul.

Perolehan *rating* *iNEWS Siang* selalu dibawah target capai stasiun televisi, hal itu dimaklumi oleh Tim Redaksi pasalnya iNEWS TV tergolong televisi berita baru yang diusung oleh MNC MEDIA sehingga belum semua daerah di Indonesia mendapatkan jangkauan siar iNEWS TV, rata-rata jangkauan siar iNEWS TV sudah ada di kota-kota besar di Indonesia tetapi belum menyeluruh.

Hasil evaluasi tim redaksi *iNEWS Siang* mengenai tayangan berita tidak mencapai target seperti yang dijelaskan oleh Opung Arifilmansyah selaku *Executive Produser iNEWS Siang* :

“Tayangan berita tidak mencapai target bisa disebabkan oleh, kita kurang memaikan isu-isu berita, khalayak atau *audiens* mempunyai standar berita tersendiri yang ditonton jadi tidak semua berita diikuti oleh mereka, Topik pembahasan kita kurang dalam penyampaian berita, sedangkan dari tim ada evaluasi biasanya menjurus ke arah teknis misalnya berita *CG* (*Character Generic*) telat tayang, Suara audio tidak masuk saat *live*, sejumlah materi harus *didrop* karena *over* durasi”⁴⁰

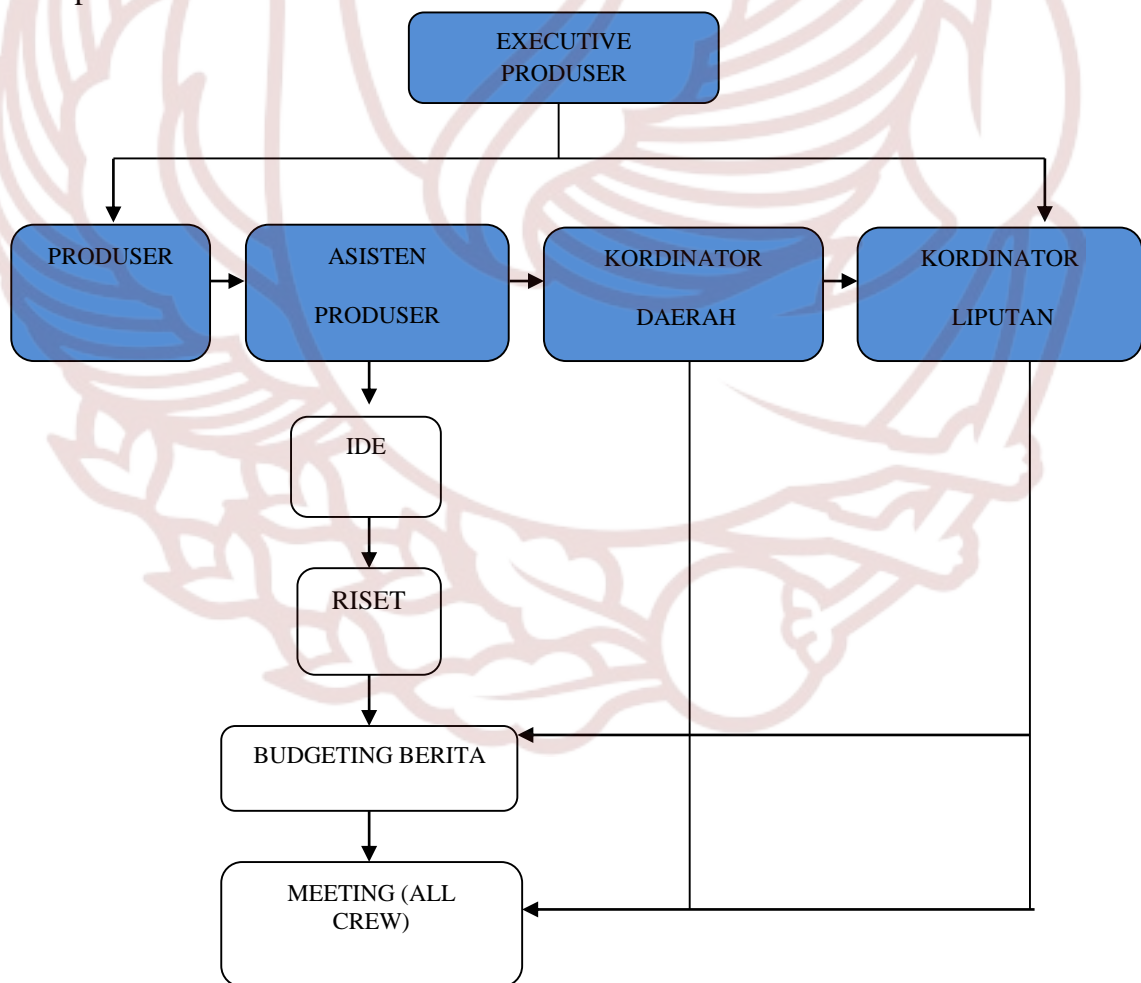
Tim *iNEWS Siang* juga tetap melakukan evaluasi terhadap tayangan program secara keseluruhan baik dari segi penayangan, presenter, *audio visual*, *content* berita dan selalu memperkaya berita dengan pendalaman berita pada proses *pasca* produksi.

Strategi produksi tim redaksi program berita *iNEWS Siang* dalam upaya mendapatkan respon khalayak sehingga mampu mencapai target *rating dan share* adalah lebih pada memperbaharui isi tayangan / isi materi dan *update* mengenai minat khalayak melalui riset, baik secara langsung (riset lapangan) maupun secara tidak langsung (*online / review rating* program). Untuk bisa mencapai target *rating* yang ditetapkan oleh *Executive Produser*, maka tim redaksi *iNEWS Siang* menyusun strategi sebagai berikut:

⁴⁰ Wawancara dengan Eksekutif Produser *iNEWS Siang* Opung Arifilmansyah, 2017

1. Pra Produksi

Tugas-tugas saat berperan aktif menjadi Tim Redaksi adalah membantu Produser dan bekerja sama dengan semua *crew* yang terlibat dalam proses memproduksi sebuah program, adapun program yang belum tayang atau baru diproduksi dan setiap Tim Produksi khususnya produser yang akan merancang sebuah program, akan melaksanakan tahapan-tahapan sebagai berikut. Untuk lebih jelasnya bagaimana alur kerja atau prosedur atau tahapan-tahapan yang dilakukan tim produksi dalam merancang sebuah program dari awal pra produksi.



Gambar 8. Alur kerja tim redaksi pra produksi
Sumber : (Tamara, 2017)

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan dalam tahap pra produksi, aktivitas awal yang dilakukan dalam *redaksi iNEWS Siang* adalah menyiapkan berita-berita yang akan ditayangkan. Produser terlebih dahulu memilih berita apa saja yang akan tayang pada hari itu, berita-berita yang dipilih oleh Produser berdasarkan daftar proyeksi yang dipegang oleh Koordinator Liputan atau Koordinator Daerah mengenai berita-berita apa saja yang sedang diliput atau mengenai kronologis berita yang sedang diliput dan siapa saja yang meliput. Dalam mengikuti perkembangan dari suatu peristiwa yang terjadi biasanya Produser juga dapat ikut dalam melakukan peliputan peristiwa yang terjadi tetapi terkadang Produser juga memiliki tanggungjawab dalam proses keredaksian yang berlangsung, seperti yang dijelaskan oleh Reiza Alfian selaku Produser *iNEWS Siang* sebagai berikut:⁴¹

“Sebenarnya idealnya Produser ikut dalam peliputan juga, namun ketika berita itu bisa dikerjakan oleh *crew* yang lain maka tanggungjawab mengenai liputan saya berikan kepada Reporter dan *Cameraman* sepenuhnya, sehingga semua sesuai dengan proposinya dan tanggungjawab *crew* saja jika dalam skala berita yang memungkinkan saya untuk ikut liputan, dan itu harus tetapi tanggungjawab saya tidak cuma di lapangan saja tetapi ke bagian redaksi juga.”

Produser tidak hanya berkoordinasi dengan tim liputan yang bertugas di lapangan namun Produser juga berkoordinasi dengan Koordinator Liputan maupun Koordinator Daerah dalam menentukan berita, setelah Produser menentukan berita

⁴¹ Wawancara dengan Produser *iNEWS Siang*, Reiza Alfian, 2017

berita yang akan ditayangkan kemudian Produser memasukan berita-berita yang telah ditentukan ke dalam *rundown* (susunan berita). Produser dan Asistan Produser berkoordinasi dalam menyusun berita-berita yang akan ditayangkan berdasarkan nilai berita, dengan menempatkan berita-berita menarik diawal dan berita ringan di akhir. Dalam menentukan berita rapat (*budgeting*) yang dilakukan oleh redaksi *INEWS Siang* lebih pada diskusi internal, bahkan rapat redaksi tidak rutin dilakukan, hal ini berkaitan dengan pernyataan Reiza Alfian sebagai berikut:⁴²

“Sebenarnya rapat (*budgeting*) itu dilakukan secara rutin ataupun format, rapat juga dapat dilakukan secara informal, jadi biasanya rapat (*budgeting*) ditulis di papan kalau kita *crew* lagi sedikit dan mengingat durasi sebelum tayang biasanya cuma berbincang-bincang saja di meja kerja masing-masing mengenai berita apa saja yang akan ditayangkan.”

Penentuan berita dalam *iNEWS Siang* tidak terfokus pada satu bidang masalah yang ingin diangkat atau dibahas dalam program berita *iNEWS Siang*, misalnya tidak hanya menampilkan berita peristiwa saja, atau berita politik saja, namun penentuan berita yang diangkat dalam program berita *iNEWS Siang* didasarkan pada apa yang diinginkan oleh *audiens* ataupun menampilkan isu-isu atau agenda *setting* yang sedang banyak dibicarakan oleh publik, hal tersebut dinyatakan oleh Reiza Alfian sebagai Produser *iNEWS Siang* sebagai berikut:⁴³

“Jadi sebenarnya tidak ada tetapan harus berita peristiwa atau politik yang akan tim redaksi tayangkan, intinya kru ingin memberikan yang diinginkan *audiens*, misalnya hari ini sedang hangat membicarakan mengenai berita kenaikan harga BBM, yang merupakan berita politik ya harus *follow up* berita tersebut tetapi kalau misalnya peristiwa yang cukup layak diketahui pemirsa dan sisi lain tidak ada agenda *setting*/isu

⁴² Wawancara dengan Produser *iNEWS Siang*, Reiza Alfian, 2017.

⁴³ Wawancara dengan Reiza Alfian selaku Produser *iNEWS Siang*, 2017

yang dimainkan ya terpaksa menayangkan berita *update* peristiwa banjir atau berita kriminal supaya bisa menambah *share* penonton juga.”

Setelah Produser menentukan berita-berita apa saja yang akan ditayangkan kemudian Produser menyusun berita-berita tersebut ke dalam sebuah *rundown* atau susunan berita yang akan ditayangkan. Berita-berita yang ditayangkan atau disusun ke dalam *rundown* merupakan berita-berita berdasarkan berita yang telah ditentukan oleh Produser, berita yang ditayangkan merupakan berita aktual dan sebagai berita *re-run*. Berikut ini adalah daftar *rundown* mengenai berita-berita yang ditayangkan *iNEWS Siang* termasuk berita *re-run* :

Tabel 2. *Rundown iNEWS Siang* Periode 24 dan 25 September 2016

TANGGAL	SEGMENT	TOPIK BERITA	KETERANGAN
24/09/16	SEGMENT SATU	1. Hujan deras di Lebak Banten mengakibatkan banjir	<i>RE-RUN</i>
		2. Ruas terowongan pasar minggu ditutup	<i>LIVE</i>
		3. Banjir mengenang kawasan Cawang	<i>LIVE</i>
	SEGMENT DUA	1. Demo supir tangki bbm	<i>LIVE</i>
		2. <i>Live Report</i> Demo tangki bbm	<i>LIVE</i>
		3. Vaksin DBD mahal	<i>RE-RUN</i>
	SEGMENT TIGA	1. Presiden bertemu PBNU	<i>LIVE</i>
		2. POLDA tentang pengaman demo 411	<i>LIVE</i>
		3. PLT gubenur mengenai demo 411	<i>LIVE</i>
	SEGMENT EMPAT	1. Dimas Kanjeng Update	<i>RE-RUN</i>
		2. Kopi maut Jessica Update	<i>RE-RUN</i>

25/09/16	SEGMENT SATU	1. <i>UP.</i> Kapal tenggelam dibatam 2. <i>UP.</i> Pesawat papua 3. <i>UP.</i> Tambang Jambi 4. <i>UP.</i> Banjir Kalimantan 5. <i>B2B.</i> Banjir Paloko.	<i>LIVE</i> <i>LIVE</i> <i>RE-RUN</i> <i>LIVE</i>
	SEGMENT DUA	1. Harga cabe naik Palangkaraya 2. Distribusi BBM terhambat 3. Ahok diperiksa 4. <i>LIVE</i> BARESKRIM <i>SOT.</i> KABARESKRIM <i>SOT.</i> AHOK	<i>RE_RUN</i> <i>LIVE</i> <i>LIVE</i> <i>LIVE</i>
	SEGMENT TIGA	1. Pilkada DKI 2. Pilkada Daerah	<i>RE-RUN</i> <i>RE-RUN</i>
	SEGMENT EMPAT	1. Jessica Kopi maut 2. <i>UP.</i> Mirna	<i>RE-RUN</i> <i>RE-RUN</i>

Berdasarkan hasil *rundown* di atas, dapat dilihat bahwa berita-berita yang ditayangkan *iNEWS Siang* sebagian merupakan hasil tayangan *re-run* yang ditayangkan kembali tergantung pada intensitas nilai berita tersebut. Strategi program berita *iNEWS Siang* dalam upaya mendapatkan respon khalayak sehingga mampu mencapai target *rating dan share* adalah lebih pada memperbaharui isi tayangan / isi materi dan *update* mengenai minat khalayak melalui riset, baik secara langsung (riset lapangan) maupun secara tidak langsung (*online / review rating program*). Untuk bisa mencapai target rating yang ditetapkan oleh *Executive Producer*, maka tim redaksi *iNEWS Siang* menyusun strategi sebagian berikut:

a. Memperkuat agenda setting/isu

Agenda setting digunakan tim redaksi *iNEWS Siang* untuk menajamkan isi berita dengan cara menghadirkan sebuah isu yang sedang menjadi pembicaraan di masyarakat dan dikemas menjadi berita yang hangat guna mendapatkan target capai *rating*.

Pada tanggal 30 September 2016 *iNEWS Siang* menampilkan sejumlah berita antara lain: Banjir ROB sering sambangi Jakarta, Kasus ibu & bayi meninggal dikontrakan, Pasangan Agus & Sylviana datangi kantor PBNU, Polisi tangkap ibu yang menginjak anaknya sendiri, Ahok membantah lakukan penistaan agama, Tokoh Agama dan Advokat cinta tanah air laporkan Ahok ke Bareskrim, Sandi Salihin berharap Jessica dihukum, Arief Soemarmo sempat menangis saat menceritakan Mirna, *Live Report* - terkait kedatangan keluarga Mirna ke Kejaksaan Agung.

Isu atau Agenda *setting* pada tanggal 30 September 2016 mampu mencapai target *rating* dan *share* dengan perolehan *rating* 1,59 sedangkan *share* 2,84 dengan perolehan target *share* ini kita bisa melihat bagaimana tim redaksi *iNEWS Siang* dalam menyampaikan nilai-nilai berita sebagai berikut:

Pemunculan nilai berita pada tayangan *iNEWS Siang* secara keseluruhan dikategorikan menjadi tujuh berita, yakni *timeliness* (aktual), *impact* (berguna), *prominent* (menonjol), *proximity* (kedekatan), *conflict*

(konflik), *currency* (pembicaraan), *human interest* (manusiawi). Hasil penelitian tujuh kategori nilai berita sebagai berikut:

a) Tayangan berita *iNEWS Siang* tanggal 24 September 2016

Pada tayangan ini membahas berita seputar hujan deras di Lebak Banten mengakibatkan banjir, ruas terowongan pasar minggu ditutup, banjir mengenang kawasan Cawang, demo supir tangki BBM, *live Report* Demo tangki bbm, vaksin DBD mahal, Presiden bertemu PBNU, Polda tentang pengaman demo 411, PLT Gubernur mengenai demo 411, Dimas Kanjeng *update*, kopi maut Jessica *update*. Nilai berita yang menunjukkan *timeliness* (aktual) sudah diketahui dengan awalan segmentasi pemberitaan yang membahas seputaran banjir di Indonesia. Selain itu terdapat nilai nilai berita *conflict* (konflik) yang membahas konflik Gubernur Ahok yang menistakan agama.

Topik pemberitaan tayangan *iNEWS Siang* pada tanggal 24 September 2016 yang menekan sisi *timeliness* (aktual) ini, lebih di focus pada berita yang sedang terjadi saat ini juga, dan ditambah lagi dengan *conflict* (konflik) penistaan agama yang dituduhkan oleh Basuki Cahya Purnama alias Ahok yang selalu dicari *trending update* beritanya. Dengan nilai berita tersebut program *iNEWS Siang* yang tayang periode 24 September 2016 mendapatkan *rating* 0.53 dan *share* 1.03

Tabel 3. Nilai berita tayangan tanggal 24 September 2016

No.	Nilai Berita	Frekuensi (nilai)	Persentase (%)
1.	<i>timeliness</i> (aktual)	5	50%
2.	<i>impact</i> (berguna)	1	10%
3.	<i>prominent</i> (menonjol)	0	0%
4.	<i>proximity</i> (kedekatan)	0	0%
5.	<i>conflict</i> (konflik)	2	20%
6.	<i>currency</i> (pembicaraan)	1	10%
7.	<i>human interest</i> (manusiawi)	1	10%
Jumlah		10	100%

b) Tayangan berita iNEWS Siang tanggal 25 September 2016

Nilai berita yang terkandung pada edisi tayangan ini, berdasarkan tabel di atas adalah Kapal tenggelam di Batam, Pesawat tergelincir di Papua, tambang diJambi mengalami kebakaran, banjir di Kalimantan, harga cabe naik, distribusi BBM terhambat, *Live* Ahok ke Bareskrim, Pilkada DKI, Pilkada daerah, perkembangan kasus Mirna.

Topik pemberitaan mengenai peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi di daerah-daerah dikemas secara menarik dan tidak melupakan sisi keaktualan (*timeliness*) berita, dimana kejadian tersebut di tayangan agar audiens mengetahui/berguna (*impact*) untuk mengetahui apa saja yang terjadi di daerah-daerah. Dengan nilai berita tersebut program iNEWS *Siang* yang tayang periode 25 September 2016 mendapatkan *rating* 0.21 dan *share* 0.51.

Tabel 4. Nilai berita tayangan tanggal 25 September 2016

No.	Nilai Berita	Frekuensi (nilai)	Persentase (%)
1.	<i>timeliness</i> (aktual)	6	60%
2.	<i>impact</i> (berguna)	1	10%
3.	<i>prominent</i> (menonjol)	0	0%
4.	<i>proximity</i> (kedekatan)	0	0%
5.	<i>conflict</i> (konflik)	1	10%
6.	<i>currency</i> (pembicaraan),	1	10%
7.	<i>human interest</i> (manusiawi)	1	10%
Jumlah		10	100%

c) Tayangan berita *iNEWS Siang* tanggal 26 September 2016

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai berita terkandung pada tayangan 26 September 2016 adalah *timelines*. *Timelines* pada program *iNEWS Siang* adalah membahas tentang kejadian yang sedang terjadi di daerah-daerah yaitu: grebek mengenai maraknya beredar obat palsu yang disajikan secara *live*, demo buruh, kasus Dahlan Iskan yang disajikan secara *live*, banjir yang terjadi di Bandung, Toraja dan menampilkan *voxpop* cuaca ekstrim. Kejadian tersebut merupakan peristiwa yang baru saja terjadi atau baru diketemukan, sehingga tayangan *iNEWS Siang* pada tanggal 26 September 2016 kali ini termasuk pada nilai berita yang mengandung *timelines* dan *conflict*. Dengan nilai berita tersebut program *iNEWS Siang* yang tayang periode 26 September 2016 mendapatkan *rating* 0.35 dan *share* 1.11.

Tabel 5. Nilai berita tayangan tanggal 26 September 2016

No.	Nilai Berita	Frekuensi (nilai)	Persentase (%)
1.	<i>timeliness</i> (aktual)	5	50%
2.	<i>impact</i> (berguna)	1	10%
3.	<i>prominent</i> (menonjol)	0	0%
4.	<i>proximity</i> (kedekatan)	0	0%
5.	<i>conflict</i> (konflik)	3	30%
6.	<i>currency</i> (pembicaraan),	1	10%
7.	<i>human interest</i> (manusiawi)	0	0%
Jumlah		10	100%

d) Tayangan berita *iNEWS Siang* tanggal 27 September 2016

Berita yang tayang pada tanggal 27 September 2016 ini kisruh antar masyarakat adat Gowa, gedung pemerintahan di Bekasi terbakar, Ramalan cuaca buruk, seorang pria memanjat tower milik PLN, JPO (Jembatan Penyeberangan Orang) ambruk ini mengandung nilai berita *timelines* dan *impact* bagi penonton dirumah. dan pada tayangan ini menampilkan program *feature* yang membahas tentang *human interest* yaitu PMI menggelar operasi katarak gratis. Pada tayangan ini juga menayangkan *follow up* berita tentang Dimas Kanjeng dan *follow up* kasus Gatot dan kasus kematian Mirna. Dengan nilai berita tersebut program *iNEWS Siang* yang tayang periode 27 September 2016 mendapatkan *rating* 0.17 dan *share* 1.38.

Tabel 6. Nilai berita tayangan tanggal 27 September 2016

No.	Nilai Berita	Frekuensi (nilai)	Persentase (%)
1.	<i>timeliness</i> (aktual)	5	50%
2.	<i>impact</i> (berguna)	1	10%
3.	<i>prominent</i> (menonjol)	1	10%
4.	<i>proximity</i> (kedekatan)	0	0%
5.	<i>conflict</i> (konflik)	0	0%
6.	<i>currency</i> (pembicaraan),	2	20%
7.	<i>human interest</i> (manusiawi)	1	10%
Jumlah		10	100%

e) Tayangan berita *iNEWS Siang* tanggal 28 September 2016

Seperti pada berita-berita sebelumnya *iNEWS Siang* selalu menampilkan *timelines* berita yang sedang *up to date* pada tayang ini menampilkan tayangan peristiwa minibus yang menabrak hingga menewaskan 3 orang, terjadi penggusuran di bukit Duri, pendakian gunung Barujari yang masih dilarang, demo yang sedang terjadi di Jakarta dan demo masyarakat menolak *tax amnesty*, lalu membahas tentang peristiwa kembali akibat cuaca ekstrim yang terjadi di daerah-daerah misalnya akibat banjir jembatan roboh, longsor dan banjir terjadi di Ponorogo. pada tayangan ini juga menayangkan *follow up* berita tentang Dimas Kanjeng dan *follow up* kasus Gatot. Dengan nilai berita tersebut program *iNEWS Siang* yang tayang periode 28 September 2016 mendapatkan *rating* 0.11 dan *share* 0.99.

Tabel 7. Nilai berita tayangan tanggal 28 September 2016

No.	Nilai Berita	Frekuensi (nilai)	Persentase (%)
1.	<i>timeliness</i> (aktual)	8	80%
2.	<i>impact</i> (berguna)	0	0%
3.	<i>prominent</i> (menonjol)	0	0%
4.	<i>proximity</i> (kedekatan)	0	0%
5.	<i>conflict</i> (konflik)	1	10%
6.	<i>currency</i> (pembicaraan),	0	0%
7.	<i>human interest</i> (manusiawi)	1	10%
Jumlah		10	100%

f) Tayangan berita *iNEWS Siang* tanggal 29 September 2016

Seperti pada berita-berita sebelumnya *iNEWS Siang* selalu menampilkan *timelines* berita yang sedang *up to date* pada tayang ini menampilkan tayangan peristiwa yaitu seputar cuaca ekstrim di daerah-daerah yaitu banjir di Jakarta Barat setinggi 30cm, Korban longsor di Banjarnegara diungsikan, Pengungsian di Garut masih keluhkan sarana kebersihan, menampilkan *follow up* tentang hari terakhir *tax amnesty* yang di tayangkan *live* di kantor Dirjen Pajak, wartawati senior meninggal dunia, pada tayangan ini juga menayangkan *follow up* berita tentang Dimas Kanjeng dan *follow up* kasus Gatot. Dengan nilai berita tersebut program *iNEWS Siang* yang tayang periode 29 September 2016 mendapatkan *rating* 0.58 dan *share* 2.38.

Tabel 8. Nilai berita tayangan tanggal 29 September 2016

No.	Nilai Berita	Frekuensi (nilai)	Persentase (%)
1.	<i>timeliness</i> (aktual)	5	50%
2.	<i>impact</i> (berguna)	0	0%
3.	<i>prominent</i> (menonjol)	1	10%
4.	<i>proximity</i> (kedekatan)	0	0%
5.	<i>conflict</i> (konflik)	1	10%
6.	<i>currency</i> (pembicaraan),	4	40%
7.	<i>human interest</i> (manusiawi)	0	0%
Jumlah		10	100%

g) Tayangan berita *iNEWS Siang* tanggal 30 September 2016

Pada tayangan 30 September 2016 ini terdapat nilai berita *human interest*. *Human interest* (manusiawi) yaitu kejadian yang memberikan sentuhan perasaan bagi penonton. kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa atau orang besar dalam situasi biasa.

Edisi tayangan membahas tentang kasus Mirna yang mendatangkan suami, adik beserta keluarga Mirna Salihin, wawancara eksklusif *iNEWS Siang*, tokoh agama dan advokat cinta tanah air laporkan Ahok ke Bareskrim, Ahok membantah lakukan penistaan agama, pasangan Agus dan Sylviana datangi PBNU guna mendapatkan restu, kasus ibu yang menginjak anaknya sendiri, Atasi banjir ROB Jakarta. Dengan nilai berita tersebut program *iNEWS Siang* yang tayang periode 30 September 2016 mendapatkan *rating* 1.59 dan *share* 2.84.

Tabel 9. Nilai berita tayangan tanggal 30 September 2016

No.	Nilai Berita	Frekuensi (nilai)	Persentase (%)
1.	<i>timeliness</i> (aktual)	5	50%
2.	<i>impact</i> (berguna)	0	0%
3.	<i>prominent</i> (menonjol)	0	0%
4.	<i>proximity</i> (kedekatan)	0	0%
5.	<i>conflict</i> (konflik)	2	20%
6.	<i>currency</i> (pembicaraan),	0	0%
7.	<i>human interest</i> (manusiawi)	3	30%
Jumlah		10	100%

Secara keseluruhan tayangan *iNEWS Siang* periode 24 September hingga 29 September mempunyai kesamaan antara nilai berita yaitu *timeliness* (keaktualan) dan *conflict* (konflik) nilai berita tersebut selalu diulang setiap episode tayangan. Pada periode 25 September mendapatkan *rating* yang paling rendah dibanding dari pada tayangan lainnya. Nilai berita yang digunakan pada periode ini sama seperti tayangan sebelumnya, dan pada tanggal 29 September 2016 *rating dan share* naik tajam tetapi tidak mencapai target capai dengan pengulangan nilai berita di tanggal 30 September 2016 dan ditambah mendatangkan narasumber untuk melakukan *interview* dengan presenter di studio. Dan ternyata berhasil pada tanggal 30 September 2016 tim redaksi *iNEWS Siang* berhasil mencapai target dengan perubahan nilai berita,

Berdasarkan hasil penelitian diatas secara keseluruhan tayangan *iNEWS Siang* di stasiun televisi iNEWS TV periode 24 September hingga 30 September 2016 pada kategori berita cenderung pada *timeliness* (keaktualan) yaitu membahas

kejadian yang sedang terjadi yang dikemas secara live supaya pemirsa mengetahui kejadian yang sedang terjadi di sekitarnya. Namun juga ada nilai *conflict* (konflik) yang maraknya kasus Ahok atau Basuki Cahya Purnama yang melakukan penistaan agama dan *human interest* yaitu kejadian yang memberikan sentuhan perasaan bagi penonton. Kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa atau orang besar dalam situasi biasa terkait kasus Mirna Salihin yang meninggal akibat meminum secangkir kopi yang mengandung sianida. Melalui penguatan agenda *setting*/isu *audiens* seolah-olah bisa masuk didalam *frame* jadi *audiens*/penonton tersebut bisa merasakan konflik yang sedang diberitakan misalnya *audiens* ikut terpengaruh dalam settingan pasca Ahok melakukan penistaan agama penonton digiring supaya ikut sebal/benci dengan kasus yang dilakukan oleh Ahok ini.

Isu yang di paparkan pada tayangan periode 25 September 2016 dan tayangan periode 30 September 2016 sangat berbeda, pada tayangan 25 September 2016 memainkan isu seputar Jakarta yang bersifat lokal dengan pemberitaan mengenai peristiwa banjir lokal di daerah Jakarta sedangkan angle berita yaitu banjir yang tidak memberikan dampak penanggulangan yang tepat sedangkan pada tayangan 30 September 2016 memainkan isu Nasional yang sama-sama memberitakan mengenai banjir lokal Jakarta tetapi pada tanggal 30 September 2016 memberikan solusi terhadap bagaimana cara menanggulangi banjir dan memberikan solusi terhadap daerah-daerah yang terkena dampak dan bisa diterapkan oleh daerah-daerah lain yang mengalami banjir dan bisa mencoba cara yang ditayangkan pada tayangan 30 September pada tayangan 30 September 2016 ini juga mendatangkan narasumber yaitu keluarga Alm. Mirna Salihin yang

meninggal akibat meminum kopi yang di berikan oleh sahabatnya sendiri. Pada tayangan ini diarahkan bagaimana seorang sahabat yang tega memberikan kopi yang mengandung sianida kepada Alm. Mirna Salihin, pada angle berita ini lebih menekankan bagaimana perasaan keluarga yang ditinggalkan Alm. Mirna setelah meminum kopi yang mengandung sianida. Pada tayangan ini *audiens* diarahkan supaya membenci pihak Jessica selaku tersangka, dengan menambahkan sisi *human interest* seolah-olah penonton diajak merasakan bagaimana perasaan keluarga Alm. Mirna.

b. Pemilihan Presenter

Pada Stasiun Televisi iNEWS TV, ada bagian tersendiri dalam menangani masalah *recruitment* presenter dan juga pembinaan presenter, yakni bagian *talent*. Dibagian ini ada seseorang yang menjabat sebagai *Talent manager*, yang bertugas untuk merekrut presenter sesuai dengan standar di televisi, yang berangkat dari konsep dan target audience program beritanya. termasuk untuk program berita *iNEWS Siang*.

Pada program *iNEWS Siang*, presenter yang ditempatkan cenderung yang berpenampilan muda karena penonton *iNEWS Siang* dengan jam tayangnya pukul 11.30 WIB mayoritas pekerja muda yang ingin melihat update berita yang terjadi dari pagi hingga siang hari. Usia presenter yang muda dirasa akan memberikan kenyamanan penonton karena akan timbul rasa kedekatan dan keakraban dengan *audiens* jadi mereka, tertarik untuk menyaksikan berita untuk menemani aktivitas mereka. Sementara seperti di *iNEWS Petang* yang tayang pada pukul 17.00 WIB, presenter yang dipilih cenderung yang tidak terlalu muda. Penempatan *presenter* di

suatu program dilihat dari usia sesuai dengan karakter program ini diluar selain kriteria berdasarkan pengalaman dan kemampuan mereka menjadi presenter. Pemilihan dan penetapan presenter ini seperti yang dikatakan Reiza Alfian selaku Produer *iNEWS Siang*

“Presenter sudah ditentukan oleh orang yang memang bertugas untuk melatih dan menjaring semua presenter yang ada. Orang itu punya kriteria sendiri mengenai presenter mana yang akan ditaruh di program-program tertentu. Jadi semua program sudah mendapatkan presenter yang sesuai dengan karakter programnya. Seperti presenter yang tidak terlalu muda akan ditaruh di *iNEWS Petang*”⁴⁴



Gambar 8. Loviana Presenter iNEWS Siang
Sumber : (Youtube Official iNEWS Siang:2017)

Penetapan presenter ini, termasuk juga dengan pakaian atau *wardrobe* dan *make up* yang digunakan, pakaian dan *make up* seperti apa yang cocok bagi presenter tersebut sejak awal telah ditentukan oleh *Talent Manager*, untuk selanjutnya terus disesuaikan pada program yang dibawakan oleh presenter tersebut, termasuk dengan presenter di *iNEWS Siang*. Karena meskipun ditetapkan. Produser yang bertugas juga dapat memberikan masukan terkait pakaian dan *make*

⁴⁴ Wawancara dengan Produser iNEWS Siang Reiza Alfian. 2017

up yang cocok, apakah saat siaran pakaian dan *make up* yang disiapkan yang dipilih atau digunakan tersebut sudah cocok dengan presenter.

Pada program *iNEWS Siang*, pakaian presenter yang digunakan cenderung formal untuk menunjukkan karismatik mereka, kedewasaan, kekuatan dan integritas yang kuat dalam menyampaikan berita. Sedangkan *make up* yang digunakan cenderung *soft* dan tidak mencolok, tetapi lengkap sesuai dengan *standar news broadcast* atau standar televisi berita dan dapat mengimbangi *lighting*. Hal ini seperti yang dijelaskan Reiza Alfian selaku Produser *iNEWS Siang*:

“Penampilan presenter agar menarik terkait dengan penyampaian berita kepada permirsa. Untuk wardrobe pakaian yang digunakan formal, *make up* yang *soft* dan tidak mencolok, tetapi *make up* sesuai dengan standar *news broadcast* satu standar televisi berita. *Make up* yang sesuai dengan *lighting*. dapat mengimbangi *lighting* karena kalau tidak memakai *make up* wajah bisa tampak pucat. Pakaian formal juga untuk memperlihatkan karismatik, kedewasaan, kekuatan dan memiliki integritas yang kuat dalam menyampaikan berita”.⁴⁵

Pada tayangan periode 24 September 2016 dengan presenter wanita mendapatkan *rating* 0.53 *share* 1.03 setelah tanggal 25 September 2016 *rating* dan *share* menurun karena presenter berita digantikan oleh presenter laki-laki mendapatkan perolehan *rating* 0.21 *share* 0.51 setelah presenter dirubah kembali ke posisi semula dengan presenter wanita mendapatkan *rating* 0.35 *share* 1.11 dan hingga tanggal 30 September mendapatkan *rating* 1.59 dan *share* 2.84 dengan perolehan melebihi capaian target dari tim redaksi. Dengan demikian *audiens* lebih memilih presenter wanita daripada presenter laki laki, karna dilihat dari perolehan *rating* dan *share* cenderung naik jika berita tersebut disajikan oleh presenter wanita. Setelah mengetahui prosentase *rating* dan *share* jika menampilkan presenter wanita

⁴⁵ Wawancara Produser *iNEWS Siang* Reiza Alfian, 2017

mendapatkan *rating* cukup tinggi, maka pemilihan presenter ini ditetapkan untuk program berita *iNEWS Siang* menampilkan presenter wanita untuk membawakan berita sepanjang program.

c. Sebaran Berita

Pada program *iNEWS Siang* terdapat empat segmen setiap program berita, setiap segmen menyajikan beberapa berita tergantung dari nilai berita yang akan ditayangkan di setiap segmen *iNEWS Siang*. Sebaran berita adalah urutan dari nilai berita yang disusun guna berita satu dengan lainnya saling berkaitan jika sebaran berita tidak ditentukan maka *audiens* akan bingung dengan *rundown* berita yang ditayangkan.

Tabel 10. Sebaran berita iNEWS Siang

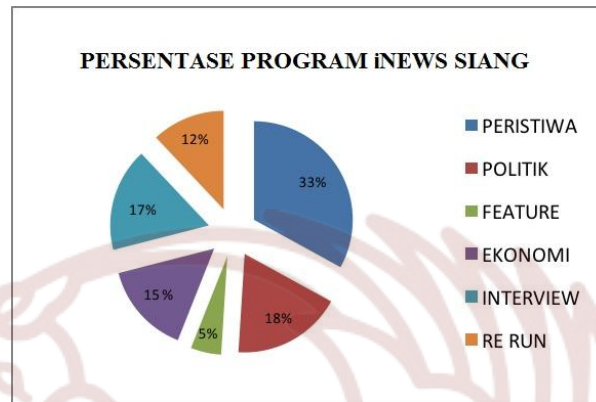
TANGGAL	RATING	SEGMENT	TOPIK BERITA
24/09/16	0.53/1.03	SEGMENT SATU	1. Hujan deras di Lebak Banten mengakibatkan banjir 2. Ruas terowongan pasar minggu ditutup 3. Banjir mengenang kawasan Cawang
		SEGMENT DUA	4. Demo supir tangki bbm 5. <i>Live Report</i> Demo tangki bbm 6. Vaksin DBD mahal
		SEGMENT TIGA	7. Presiden bertemu PBNU 8. POLDA tentang pengaman demo 411 9. PLT gubernur mengenai demo 411
		SEGMENT EMPAT	10. Dimas Kanjeng <i>Update</i> 11. Kopi maut Jessica <i>Update</i>

25/09/16	0.21/0.51	SEGMENT SATU	Up kapal tenggelam di Batam. UP. Pesawat di Papua. UP. Tambang Jambi UP. Banjir Kalimantan. B2B. Banjir Paloko
		SEGMENT DUA	4. Harga cabe naik palangkaraya 5. Distribusi BBM terhambat 6. Ahok diperiksa 7. <i>LIVE BARESKRIM SOT. KABARESKRIM SOT. AHOK</i>
		SEGMENT TIGA	8. Pilkada DKI 9. Pilkada Daerah
		SEGMENT EMPAT	10. Jessica Kopi maut 11. <i>UP. Mirna</i>
26/09/16	0.35/1.11	SEGMENT SATU	1. Grebek Obat palus 2. <i>Live Grebek obat palsu</i> 3. Demo Buruh 4. <i>UP. Dahlan Iskan</i> 5. <i>Live Surabaya</i> 6. <i>Review kasus Dahlan Iskan</i> 7. KPK usut kajati SBY
		SEGMENT DUA	8. Banjir Bandung 9. banjir Toraja 10. <i>VOXPOP</i> Cuaca ektrim
		SEGMENT TIGA	11. Pilkada DKI
		SEGMENT EMPAT	12. Jessica 13. Gatot 14. Dimas Kanjeng
		SEGMENT SATU	1. Kisruh konflik di Gowa 2. Gedung pemerintah di Bekasi terbakar 3. BMKG Cuaca buruk

27/09/16	0.17/1.38	SEGMENT DUA	<ul style="list-style-type: none"> 4. Bentuk protes, seorang pria panjat tower milik PLN 5. Pasca ambruknya JPO 6. Penyelidikan JPO yang tidak layak
		SEGMENT TIGA	<ul style="list-style-type: none"> 7. PMI gelar operasi katarak gratis 8. MNC Life meluncurkan produk baru
		SEGMENT EMPAT	<ul style="list-style-type: none"> 9. UP. Kasus Jessica 10. UP. Dimas Kanjeng
28/09/16	0.11/0.99	SEGMENT SATU	<ul style="list-style-type: none"> 1. Minibus tabrak truk dan menewaskan 3 orang 2. Penggusuran di Bukit Duri 3. Pendakian Gunung Barujari masih dilarang
		SEGMENT DUA	<ul style="list-style-type: none"> 4. Demo di Balai Kota Jakarta 5. Demo tolak <i>Tax Amnesty</i> Live report demo <i>Tax Amnesty</i>
		SEGMENT TIGA	<ul style="list-style-type: none"> 6. Jembatan roboh diterjang banjir bandang, 7. Banjir dan longsor di Ponorogo 8. Konsisten dan Inkonsisten jawaban Jessica di siding
		SEGMENT EMPAT	<ul style="list-style-type: none"> 9. UP. Kasus gatot
		SEGMENT SATU	<ul style="list-style-type: none"> 1. Banjir Jakbar setinggi 30 cm 2. Korban longsor Banjarnegara diungsikan 3. Pengungsi Garut masih keluhkan sarana kebersihan

29/09/16	0.58/2.38	SEGMENT DUA	<p>4. Hari terakhir <i>Tax Amnesty</i></p> <p>5. <i>Live Report</i> : Kantor Dirjen Pajak</p> <p>6. Jurnalis berduka, wartawati senior meninggal dunia</p>
		SEGMENT TIGA	<p>7. Padepokan kanjeng Dimas</p> <p>8. Polisi terus menjaga santri yang masih bertahan di padepokan</p> <p>9. Istri korban kanjeng Dimas bersembunyi</p> <p>10. <i>Live Report</i>: Geger Padepokan Kanjeng Dimas</p> <p>11. Reza Artamevia jalani rehabilitasi</p>
		SEGMENT EMPAT	<p>12. HT berikan bantuan kepada warga</p>
30/09/16	1.59/2.84	SEGMENT SATU	<p>1. Banjir ROB sering sambangi Jakarta</p> <p>2. Kasus ibu & bayi meninggal dikontrakan</p>
		SEGMENT DUA	<p>3. Polisi tangkap ibu yang menginjak anaknya sendiri</p> <p>4. Pasangan Agus & Sylviana datang kantor PBNU</p>
		SEGMENT TIGA	<p>5. Ahok membantah lakukan penistaan agama</p> <p>6. Tokoh Agama dan Advokat cinta tanah air laporkan Ahok ke Bareskrim</p>
		SEGMENT EMPAT	<p>7. Sandi Salihin berharap Jessica dihukum</p> <p>8. Arief Soemarmo sempat menangis saat menceritakan Mirna</p> <p>9. <i>Live Report</i> - terkait kedatangan keluarga Mirna ke Kejaksaan Agung</p>

Tabel 11. Persentase pembagian berita *iNEWS Siang*

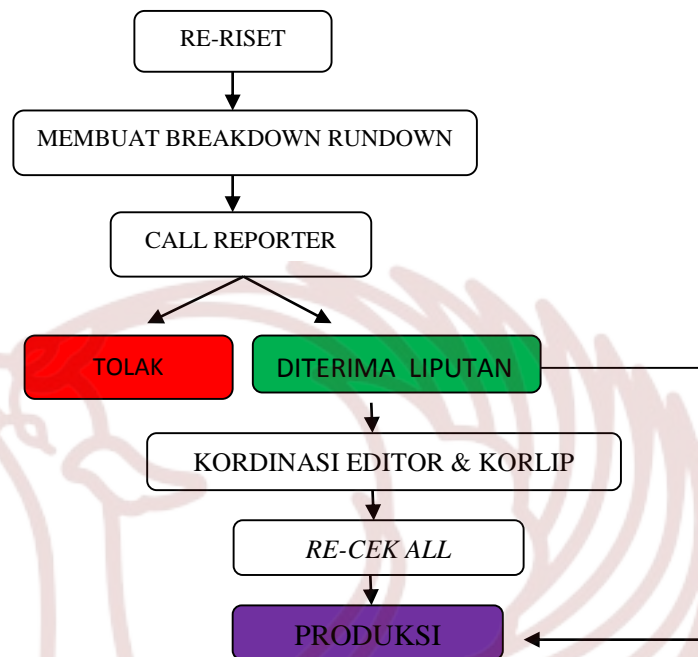


Dari persentase pembagian sebaran berita terlihat program *iNEWS Siang* dalam menayangkan peristiwa-peristiwa yang *update* yang sedang terjadi di daerah-daerah sebanyak 33% dari sample tayangan 24 September 2016 hingga 30 September 2016, membahas tentang politik mendapatkan persentase 18% dari tayangan-tayangan pemilihan Gubernur DKI Jakarta dan pemilihan pilkada di daerah, tayangan *feature* mendapatkan persentase 5% lebih sedikit karena hanya menayangkan berita-berita wajib tayang seperti Harry Tanoe sedang meluncurkan *MNC life*, persentase berita tentang ekonomi mendapatkan persentase 15% karena membahas harga bahan pokok yang menjulang harganya, *interview* mendapatkan persentase 17% dari tayangan 24 September hingga 30 September 2016 karena tidak terlalu banyak mendatangkan narasumber disetiap program tayang dan *re run* mendapatkan persentase 12% karena membahas tayangan ulang yang ditayangkan dari tanggal 24 September hingga 30 September 2016 contoh kasus Gatot, Kanjeng Dimas dan kasus Jessica.

Pada tayangan periode 25 September 2016 mendapatkan *rating dan share* sangat rendah dikarenakan tayangan tersebut diberitakan secara singkat. Jadi terkesan terburu-buru dalam menyampaikan isi berita, isi sebaran berita pada periode 25 September mengangkat berita-berita lokal yang *audien* nampaknya tidak minat untuk melihat berita tersebut, memang dari sisi keaktualannya pada periode tersebut ada tetapi dari sebaran berita lokal *audien* seperti tidak terlalu minat untuk melihat tayangan berita tersebut. Lain hal dengan periode tayangan tanggal 30 September 2016 pada periode tersebut *rating dan share* mampu mencapai *target rating dan share* program berita sebaran berita sangat tersusun rapi hingga mendatangkan narasumber untuk datang ke studio *iNEWS Siang* guna menambah minat penonton/*audiens*.

2. Produksi

Dalam tahapan produksi, proses yang terjadi didalam keredaksian dan proses peliputan yang dilakukan oleh tim liputan saling menunjang kelangsungan siaran, berdasarkan hasil penelitian tahapan produksi meliputi proses peliputan yang dilakukan oleh tim liputan dalam mencari berita berdasarkan proyeksi yang diberikan oleh koordinator liputan. Berikut adalah gambar yang menjelaskan proses kerja produksi berita *iNEWS Siang* yang dilakukan tim redaksi program berita *iNEWS Siang*



Gambar 9. Tahapan Produksi tim Redaksi *iNEWS Siang*

Tim liputan yang ditugaskan untuk meliput diantaranya reporter, kameramen dan video jurnalis, biasanya Reporter dan *Cameraman* ditugaskan bersama namun seorang video jurnalis bertugas meliput sendiri, sebab seorang video jurnalis bertugas merangkap menjadi Reporter dan *Cameraman* pada saat melakukan liputan, hal ini dijelaskan oleh Lala Sumardi selaku Reporter MNC Media sebagai berikut:⁴⁶

“Video jurnalis tugasnya merangkap menjadi reporter dan kameramen, kelebihan meliput sebagai video jurnalis adalah kita dapat mengetahui apa saja yang akan diliput sesuai dengan arahan korlip misalnya mau mengambil gambar apa sebagai patokan naskah untuk berita yang akan ditayangkan.”

⁴⁶ Wawancara dengan Lala Sumardi selaku Reporter MNC Media, 2017

Pada program berita *iNEWS Siang*, pembagian tugas tim liputan yang meliput dilapangan diatur oleh koordinator liputan. Berdasarkan observasi pembagian tugas bagi tim liputan dibagi menjadi empat tahap yaitu, tim liputan pagi, tim liputan siang, tim liputan petang dan tim liputan malam. Berita-berita yang ditayangkan oleh *iNEWS Siang* didasarkan pada keaktualan dari hasil liputan. Pembagian tugas yang dilakukan oleh Koordinator Liputan berbeda-beda, sebagian tim yang meliput diberikan plottingan atau proyeksi oleh koordinator liputan seperti apa berita yang akan diliput dan *angle* mana yang akan diambil, namun ada sebagian tim liputan yang harus mencari berita sendiri tanpa adanya proyeksi dari koordinator liputan hal ini ditegaskan oleh Lala Sumardi selaku Reporter MNC MEDIA sebagai berikut:⁴⁷

“Jadi semua itu sudah ada plottingannya atau penugasan beberapa jam sebelumnya sudah dibuat oleh Produser dan Koordinator Liputan, tetapi kalau ada peristiwa dadakan seperti dibekasi sedang ada peristiwa kebakaran tim harus siap dengan segala penugasan dan naluri seorang jurnalistik dalam mencari berita.”

Pada saat di lapangan, tim liputan wajib mengkoordinasikan setiap keadaan di lapangan kepada koordinator liputan untuk mengetahui perkembangan berita yang terjadi jika pada saat meliput dilapangan ternyata berita yang akan diliput tidak memenuhi syarat untuk ditayangkan, hal tersebut menjadi wewenang reporter atau tim liputan dalam mengetahui situasi lapangan apakah berita yang diliput layak untuk ditayangkan atau tidak, hal ini berkaitan dengan pernyataan Lala Sumardi selaku reporter *iNEWS Siang* sebagai berikut:⁴⁸

⁴⁷ Wawancara dengan Lala Sumardi selaku Reporter MNC Media, 2017

⁴⁸ Wawancara dengan Lala Sumardi selaku Reporter MNC Media

“Reporter dan *Cameraman* selalu berada dilapangan untuk meliput sehingga yang melihat langsung kejadian seperti apa dilapangan pada saat itu Reporter dan *Cameraman* itu sendiri, jadi Reporter dapat memutuskan bila plottingan atau penungasan meliput tidak sesuai dengan situasi lapangan sehingga kita mempunyai wewenang untuk konfirmasi kepada Koordinator Liputan atau Produser bahwa berita yang akan diliput tidak memungkinkan untuk ditayangkan atau kita mengambil dari angle lain karena ada yang lebih menarik untuk dijadikan berita.”

Sedangkan koordinasi yang dilakukan antara Reporter dan *Cameraman* adalah untuk mengetahui mana *angel* yang diliput dan *soundbite* (cuplikan pendek wawancara) mana yang diambil untuk memudahkan reporter dalam membuat naskah. Jika peliputan di lapangan telah mendapatkan data yang cukup, maka tim liputan kembali ke kantor, untuk segera membuat naskah, dan *Cameraman* memilih gambar serta memotong *timecode* hasil wawancara yang akan diedit, setelah naskah selesai dibuat kemudian dikoordinasikan kepada Produser tentang *angle* apa yang diambil, sudah sampai mana perkembangan berita yang diliput, begitu juga dengan gambar yang harus di *preview* oleh Produser, menarik atau tidaknya untuk ditayangkan. Jika hasil liputan sudah dinyatakan layak ditayangkan, maka tim liputan menunggu hasil liputan tersebut untuk ditayangkan.

Tahapan selanjutnya adalah editing berdasarkan hasil observasi adalah tahap editing, menurut Andi Nasrul Fauzi tahap editing yaitu mengedit gambar untuk dijadikan suatu tayangan berita yang menarik untuk ditonton. Tahapan ini dimulai bila naskah yang telah diedit oleh Produser dan Asisten Produser telah selesai diedit dan dapat segera dilakukan *dubbing* (pengisian suara). Patokan yang digunakan dalam mengedit gambar adalah naskah, sebab gambar harus sesuai dengan naskah

yang ada atau gambar dapat mewakili informasi yang disampaikan berdasarkan isi naskah, hal ini dijelaskan oleh Andi Nasrul Fauzi selaku kepala bagian editor sebagai berikut:⁴⁹

“Berita itu harus selalu *sinkron* dengan suara dan gambar, yang jadi patokan dalam mengedit gambar adalah naskah, karena gambar harus disesuaikan dengan naskah yang telah diedit oleh produser, jadi urutan gambar harus menceritakan suatu peristiwa secara runtut, supaya penonton paham maksud dari isi berita yang ditayangkan”

Berdasarkan naskah yang telah diedit oleh produser, naskah tersebut kemudian *didubbing* dan bila *dubbing* telah selesai dilakukan maka proses editing dapat segera dilakukan oleh editor. Dibutuhkan dua hingga empat editor yang melakukan proses editing tergantung pada kebutuhan berita yang akan diedit.

Tahapan editing yang dilakukan oleh beberapa editor dikarenakan program berita *iNEWS Siang* merupakan berita spot yang menayangkan serangkaian berita-berita paket. Menurut Andi selaku kepala bagian editor waktu yang dibutuhkan dalam mengedit sebuah hasil liputan berita spot atau aktual berkisar 30 menit atau kurang sehingga dibutuhkan kesesuaian waktu yang dilakukan pada setiap tahapan proses produksi untuk mengejar kesesuaian waktu siaran. Kekurangan gambar teradang menjadi suatu masalah bagi editor dalam melakukan pengeditan, dalam paket berita menjadi suatu paket berita, hal tersebut berkaitan dengan pernyataan Andi Nasrul Fauzi selaku kepala bagian editing *iNEWS Siang* sebagai berikut:⁵⁰

“Cara mengatasi kekurangan gambar biasanya dilakukan dengan pertama kalinya komplain ke produser atau kameramen dan asisten produksi bila memungkinkan naskah di re-edit dan

⁴⁹ Wawancara dengan kepala bagian editor Andi Nasrul Fauzi

⁵⁰ Wawancara dengan kepala bagian editor Andi Nasrul Fauzi, 2017

dengan cara lain yaitu menggunakan gambar yang telah digunakan atau mengulang gambar yang sudah ada.”

Strategi program berita *iNEWS Siang* dalam upaya mendapatkan respon khalayak sehingga mampu mencapai target *rating* adalah lebih pada memperbaharui isi tayangan / isi materi dan *update* mengenai minat khalayak melalui riset, baik secara langsung (riset lapangan) maupun secara tidak langsung (*online/review rating* program). Untuk bisa mencapai target *rating* yang ditetapkan oleh *Executive Produser*, maka tim redaksi *iNEWS Siang* menyusun strategi produksi sebagai berikut:

a. Reportase/Live Report

Live report atau bisa dikatakan reportase ini digunakan tim redaksi *iNEWS Siang* untuk mengupdate berita yang sedang terjadi di lapangan. Tim *iNEWS Siang* sering menampilkan *live report* yang artinya melaporkan berita secara langsung di lapangan, agar *audiens* bisa mengetahui kejadian diluar sana tanpa harus beranjak dari aktivitasnya.



Gambar 11. Tayangan *live report* *iNEWS Siang*
(Sumber : *Official Chanel Youtube iNEWS TV*)

Tidak semua berita di *iNEWS Siang* ditayangkan *live report*, *live report* biasanya berita yang sedang terjadi di kota kota misalnya berita demo yang akan diadakan di depan istana Presiden pukul 13.00, Jadi bertepatan *iNEWS Siang* sedang tayang berita diberikan berita *live report* untuk melaporkan aksi demo di depan istana Presiden. *Live report* di gambar tersebut menjelaskan tentang keluarga mirna sedang mendatangi Kejaksaan Agung dan reporter iNEWS TV diberi komando untuk melakukan *live report* yang sedang terjadi di Kejaksaan Agung terkait ada apa keluarga Mirna datang kesana. Reporter lelaki selalu orang yang ditunjuk untuk melaporkan berita di institusi-institusi Negara, karena mereka lebih bisa mengali emosi narasumber guna mendapatkan berita yang bagus. Dalam liputan *live report*, Reporter harus menjelaskan kejadian sedetail-detailnya supaya tidak mengulangi isi dari *voice over*.

Live report disajikan tanpa adanya pengeditan dari pihak Tim Redaksi *iNEWS Siang* jadi jika terjadi kesalahan pada pengucapan atau pada melakukan wawancara dengan narasumber akan terlihat sekali bahwa itu tayangan real bisa dikatakan sebagai berita yang langsung keluar tanpa adanya pengeditan dari pihak Tim Redaksi. Salah satu alasan mengapa *live report* dibutuhkan karena siaran berita disampaikan langsung dan peristiwa yang ditayangkan sedang berlangsung, *live report* memberi kesan kepada *audiens* mengenai *signifikasi* (nilai kebenaran) berita yang akan didengar

sehingga harus adanya penjelasan signifikan mengenai alokasi waktu untuk laporan langsung

Melalui *live report* pemirsa menjadi lebih update yang membuat *audiens* selalu mengetahui update berita yang sedang terjadi, kesan yang ditampilkan oleh pengambilan *live report* ini dipandang peneliti bisa membuat pemirsa merasa berita ini terasa teraktual daripada yang lain tanpa adanya rekayasa karena *live report* diambil secara *live* tanpa adanya pengeditan terlebih dahulu.

b. Penyajian Berita

Penyajian berita setiap televisi berbeda-beda. Perbedaan itu terlihat dari bagaimana setasiun televisi menyajikan sebuah isu-isu berita yang ditayangkan, informasi memberitakan peristiwa atau sesuatu yang dilaporkan dalam informasi tersebut tersirat makna yang bertentangan. Berikut ini adalah contoh penyajian berita yang dilakukan di program *iNEWS Siang*.

1) Gesture Presenter

Presenter wanita bernama Loviana, presenter ini membawakan acara berita *iNEWS Siang* pada tanggal 24 September dengan topik berita Demo supir tangki BBM, *live Report* Demo tangki BBM, vaksin DBD mahal, Presiden bertemu PBNU, Polda tentang pengaman demo 411, PLT Gubernur mengenai demo 411, hujan deras di Lebak Banten mengakibatkan banjir, ruas terowongan pasar minggu ditutup, banjir menggenang kawasan Cawang, Dimas Kanjeng Update, kopi maut Jessica *update* mendapatkan presentasi *rating* 0.53 dan *share* 1.03 setelah mengalami perubahan presenter laki-laki

perolehannya *rating* cenderung menurun dengan perolehan *rating* 0.21 dan *share* 0.51 setelah mengalami penurunan tersebut maka presenter kemudian diganti dengan presenter wanita kembali dan mendapatkan presentasi *rating* 0.35 dan *share* 1.11 dan setelah presenter kembali dibawa oleh wanita mendapatkan presentase *rating* pada puncaknya yaitu *rating* 1.59 dan *share* 2.84. Berikut ini perbandingan penyampaian berita antara presenter periode 25 September 2016 dan 30 September 2016.



Gambar 12. Capture tayangan *gesture* periode 25 September 2016
(Sumber : *Official Chanel Youtube iNEWS TV*)

Saat membicarakan tentang kasus E-KTP yang mengalami antrian di daerah Jombang terlihat presenter laki-laki menaikkan alisnya saat berbicara “masih terjadi” terlihat alis keduanya naik pertanda ingin mengungkapkan keingintahuan akan akan penyebab antrian pengurusan E-KTP dan KK kenapa memakan antrian yang sebegitu banyaknya, hal serupa juga di ulang saat periode 30 September 2016 seperti gambar dibawah ini :



Gambar 13. Capture tayangan *gesture* periode 25 September 2016
(Sumber : Official Chanel Youtube iNEWS TV)

Saat presenter wanita menyebut nama calon Gubernur Agus Hari Murti/AHY presenter wanita ini juga menaikkan/meninggikan alisnya sebelah pembawaan ini dirasa untuk menekankan tema/isu-isu yang diberitakan oleh *iNEWS Siang*. Selain itu menyangatkan bagi pemirsa yang tidak suka dengan salah satu tokoh menjadikan program *iNEWS Siang* ini menjadikan suatu program yang dirasa oleh penenliti memihak dengan salah satu tokoh. Misalnya jika pendukung Anis Baswedan *audiens* menoton berita-berita yang disajikan oleh iNEWS TV dan jika tidak menyukai tokoh Anis Baswedan *audien* menonton program berita lainnya yang pro tokoh lainnya.

2) Menghadirkan Narasumber

Pada program *iNEWS Siang* strategi untuk menarik penonton yaitu dengan cara menghadirkan narasumber yang penting baik mewakili pribadi maupun suatu lembaga, yang memberikan atau mengetahui secara jelas tentang suatu informasi atau bahkan bisa jadi sumber informasi untuk kepentingan pemberitaan. Narasumber yang dihadirkan biasanya tokoh-tokoh pengamat, orang-orang yang

dianggap penting untuk membicarakan seputar program tayangan dan bisa juga menghadirkan keluarga-keluarga pihak yang ingin diajukan pertanyaan. Pada segmen periode 30 September 2016 yang diundang untuk wawancara ke studio *iNEWS Siang* yaitu keluarga almarhum Mirna Salihin dia adalah korban kopi sianida yang kopi itu dipesan oleh Jessica. Dalam *interview* ini dihadirkan sosok suami dari alm Mirna Salihin beserta adek perempuannya dan keluarga dari pihak Mirna. Dalam tayangan ini berdurasi 10 menit ini membahas tentang kepergian Mirna yang secara tiba-tiba bahkan suami mirna sendiri sampai menangis menceritakan kisah pertama mereka bertemu, pihak keluarga belum ikhlas kehilangan sosok Mirna, bahkan keluarga mirna selalu dicari-cari kesalahannya pada pihak Jessica, bahkan Jessica selalu berbohong dalam memberikan kesaksian



Gambar 14. Capture tayangan menghadirkan narasumber periode 30 September 2016
(Sumber : *Official Chanel Youtube iNEWS TV*)

Pada gambar diatas menunjukan bahwa saat suami Mirna saat menjawab pertanyaan lalu diberi visual saat Mirna dan Arif menikah sebulan yang lalu, perasaan Arif di sini sangatlah kalut bahkan hingga meneteskan air mata saat menceritakan awal bertemu dengan Mirna, saat menikah dengan

Mirna bahkan Arif sendiri disini terlihat belum ikhlas untuk ditinggal pergi untuk selama-lamanya oleh istri tercinta.



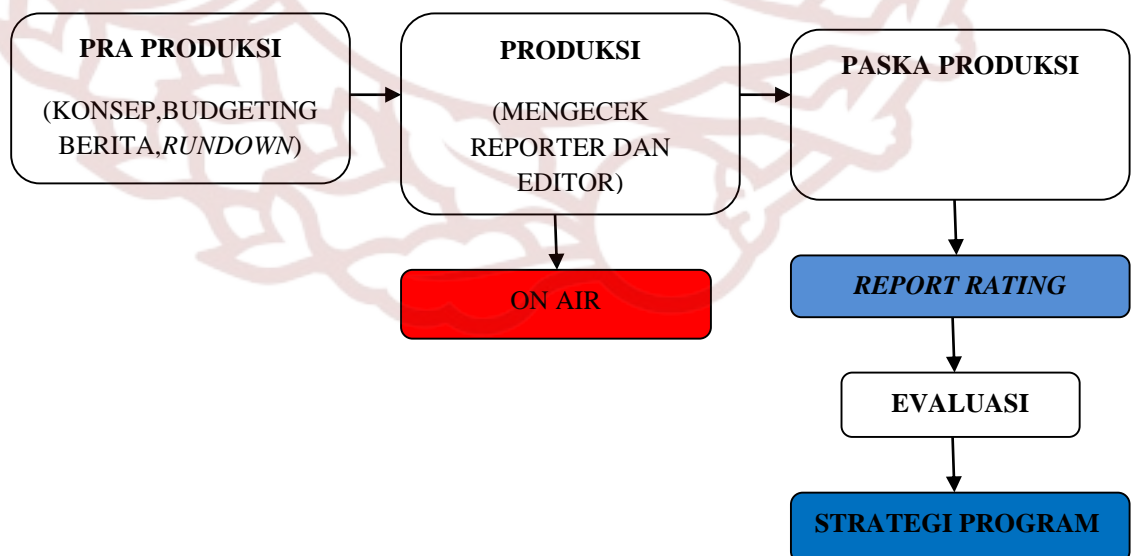
Gambar 15. Capture tayangan menghadirkan narasumber periode 30 September 2016
(Sumber : *Official Chanel Youtube iNEWS TV*)

Pada gambar di atas menunjukkan saat salah satu keluarga Mirna yang mengatakan bahwa Jessica telah berbohong saat di persidangan muncul tayangan VT saat Jessica memberi pernyataan di persidangan. Dari sinilah emosi pada wawancara ini sangatlah mengharukan bahkan suami Mirna sempat meneteskan air mata setelah bercerita tentang Mirna dan tidak sia-sia program ini mendapatkan *rating* dan *share* yang mencapai target yaitu *rating* 1.59 dan *share* 2.84. Dengan adanya penambahan narasumber yang datang ke studio membuat *audiens* merasa setuju dengan pernyataan narasumber, penonton akan dikuras emosinya agar ikut merasakan apa yang dirasakan oleh pihak narasumber lalu seolah-olah turut ada diposisi keluarga.

3. Pasca Produksi

Setelah tahapan proses penciptaan ide yang akan dijadikan sebuah program, asisten produser dan produser saling bekerja sama. Setelah mendapat ide yang akan dijadikan topik berita, tim melakukan riset. Untuk melaksanakan riset, asisten produser harus menghubungi tim Korda dan Korlip untuk membantunya dalam pembuatan berita. Yang terlibat dalam

proses riset biasanya produser dan asisten produser. Setelah riset, asisten produser segera menyusun konsep yang kemudian dimatangkan melalui proses meeting *all crew* yaitu semua tim yang terlibat, *Executive Produser*, Produser, Korda dan Korlip. Setelah itu, tersusunlah *rundown* kasar guna disampaikan oleh Eksekutif Produser memberikan keputusan ACC atau Tolak, maksudnya adalah, jika Acc berarti ide layak untuk diberitakan, jika tolak artinya ide tidak layak dan asisten produser harus mencari ide lagi. Dengan tahapan produksi pada saat *shooting*. Mulai dari membuat *rundown*, *breakdown*, *request crew*. Setelah proses perencanaan dengan reporter lapangan barulah berita layak tayang atau segera di produksi. Adapun alur kerja tim produksi *iNEWS Siang* dari pra produksi hingga paska produksi dan evaluasi paska *on air* sesuai dengan pengamatan terhadap obyek kajian *iNEWS TV*, divisi produksi program berita *iNEWS Siang* adalah sebagai berikut :



Gambar 16. Alur Kerja Produksi tim redaksi *iNEWS Siang*
 Sumber : *Executive Produser iNEWS Siang*, Opung Ariflimansyah, 2017

Setelah tahapan *editing* selesai dan program acara tayang, asisten produser harus melakukan *report & analyzing*. *Report & Analyzing* adalah bentuk evaluasi program yang telah tayang, yang biasa dilakukan adalah membuat *graphic by minute* dari program, melakukan analisa dari *grafic* tersebut dan merumuskan kembali strategi yang harus dilakukan berdasarkan hasil analisis bersama seluruh tim. Hal ini dilakukan agar isi tayangan program berkembang dan masyarakat berminat untuk melihat tayangan tersebut sehingga menaikkan *rating* program yang akan menguntungkan perusahaan. Untuk tayangan *daily* (setiap hari) seperti *iNEWS Siang*, Asisten Produser harus menuliskan laporan *daily analysis* atau laporan harian untuk mengetahui rata-rata *rating* yang didapat.

Pada proses produksi program berita *iNEWS Siang* bulan September, Tim redaksi program berita *iNEWS Siang* berusaha untuk menyajikan isi berita yang memiliki nilai berita yang menarik dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh penonton. Program berita *iNEWS Siang* menyajikan berita-berita yang menarik dan *live*, pada program *iNEWS Siang* penyajian isi berita ditentukan oleh target *audiens* yang mendominasi oleh kaum pria sehingga *iNEWS Siang* tidak menayangkan berita-berita kuliner karena berita itu tidak terlalu diperlukan untuk target audien yang didominasi pria namun berita ringan yang diangkat pada berita-berita yang sedang *update* dimasyarakat.

Dalam tahap pra produksi, berkaitan dengan proses yang dilakukan dalam suatu keredaksian, rapat biasanya dilakukan oleh redaksi dalam menentukan berita-berita yang akan ditayangkan, menurut Morissan dalam buku *Jurnalistik Televisi Mutakhir* menyatakan bahwa pada program berita televisi, rapat biasanya dilakukan

secara rutin, namun keputusan akhir untuk menentukan berita apa yang akan menjadi berita terpenting diambil oleh satu orang yaitu Produser program.⁵¹

Namun yang dilakukan pada redaksi *iNEWS Siang*, rapat redaksi dilakukan secara internal misalnya dalam menentukan berita yang akan ditayangkan atau pemilihan berita, produser hanya berkoordinasi dengan Koordinator Liputan dan Koordinator Daerah, begitu pula dengan hasil liputan seperti naskah dan gambar Produser langsung berkoordinasi dengan tim Liputan yang meliput. Rapat redaksi yang dilakukan pada program *iNEWS Siang* lebih bersifat informal karena menurut Reiza Alfian selaku Produser *iNEWS Siang* setiap rapat tidak harus selalu formal, yang diutamakan adalah mengetahui apa berita yang akan diambil, dan perkembangan berita yang diliput.⁵²

Strategi program berita *iNEWS Siang* dalam upaya mendapatkan respon khalayak sehingga mampu mencapai target *rating dan share* adalah lebih pada memperbaharui isi tayangan / isi materi dan *update* mengenai minat khalayak melalui riset, baik secara langsung (riset lapangan) maupun secara tidak langsung (*online / review rating program*). Untuk bisa mencapai target *rating* yang ditetapkan oleh *Executive Producer*, maka tim redaksi *iNEWS Siang* menyusun strategi pasca produksi sebagian berikut:

a. Teknik *Editing*

Setelah materi berita diliput, naskah rapi telah *didubbing*, dan gambar liputan telah dipastikan tidak ada masalah, maka selanjutnya adalah proses

⁵¹ Morisan, hlm 30

⁵² Wawancara dengan Reiza Alfian Produser *iNEWS Siang*, 2017

penyuntingan atau editing. Proses editing dilakukan setelah tersedianya kaset rekaman gambar liputan dan naskah rapi yang telah *didubbing*. Jika kedua hal itu telah siap, maka semua siap diedit. Editing dilakukan dengan cara online dengan teknik digital. *Editing online* teknik digital ini merupakan metode atau cara mengedit yang lebih mudah dibandingkan dengan teknik analog. Karena proses *editing* materi berita *iNEWS Siang* tidak *cut to cut*, maka dalam mengedit gambar langsung menggunakan cara *online*. Editing dimulai dengan proses *pengcapturean* gambar.

Artinya, memasukkan seluruh *shoot* gambar rekaman dalam bentuk kaset yang telah diliput *Cameraman*. Seluruh gambar dipindah ke dalam komputer di ruang editing dan diubah ke dalam bentuk *file*. Penyusunan gambar tidak mesti berurutan, dan karenanya seorang editor kemudian melakukan tugas menyusun seluruh *shoot* atau gambar. Setelah seluruh gambar tersusun dengan baik, maka diurutkan dan disatukan agar seluruh gambar yang sudah disambung dapatm dilihat secara utuh. Setelah semua dirasa memuaskan, maka selanjutnya adalah proses *mixing*. *Mixing* adalah proses dimana terdapat penggabungan antara gambar, suara asli, suara narasi atau *dubbing*, musik, *sound effect*, dan lainnya. Semua itu harus diseimbangkan sedemikian rupa agar tidak saling mengganggu dan dapat terdengar jelas. Setelah proses *mixing* selesai, proses editing pun selesai. Biasanya, hasil editing akan *dipreview* kembali oleh Kepala Seksi Program untuk memastikan kesinambungan gambar dan suara, kecocokan gambar, durasi, dan sebagainya. Setelah produser menyetujui hasil editing tersebut, maka hasil editing akan diprint dalam bentuk kaset atau data yang dikirim melalui *server*. Hasilnya akan

disampaikan ke *master control room* untuk kemudian ditayangkan. Berikut ini adalah contoh pemilihan gambar yang dilakukan di program *iNEWS Siang*

1) Pemilihan Gambar

Pemilihan gambar adalah suatu cara atau teknik dalam mengambil sebuah momen /gambar dengan *angle* dan *type shot* yang benar. Pada program berita *iNEWS Siang* menggunakan teknik pemilihan gambar seperti standar yang telah ditetapkan oleh Tim Produksi. Berikut ini adalah teknik-teknik yang digunakan tim *iNEWS Siang* dalam menayangkan sebuah berita.

Pada periode tayangan 25 September 2016 pada segmen satu adalah memberitakan tentang tawuran antar pelajar tetapi dengan kebijakan Perusahaan gambar tersebut *diblur* (tidak diperlihatkan) jika gambar yang mengandung kasus pembunuhan, perampokan, pembacokan, dan ragam jenis kejahatan mengerikan lainnya, yang menampilkan gambar-gambar mengerikan seperti korban kekerasan dengan luka-luka berdarah, orang yang dibacok, mayat korban kecelakaan yang kepalanya pecah dan ususnya terburai dan lain-lain adalah bukan hal yang patut ditampilkan sebagai sebuah berita.⁵³ Berikut ini adalah teknik pengambilan gambar yang digunakan tim *iNEWS Siang*.

⁵³ <https://radaronline.id/2016/09/03/share-foto-mengerikan-langgar-kode-etik-jurnalistik/>

Tabel 12. Pemilihan gambar siaran *iNEWS Siang* tayangan 25 September 2016
Sumber : (*Official Youtube iNEWS TV*, 2017)



Gambar	Penjelasan	Kesan
	Pada tayangan periode 25 September 2016 ini menggunakan pemilihan gambar dengan teknik <i>Medium Close Up</i> (MCU)	Ukuran gambar sebatas kepala hingga pinggang. Untuk membuat kesan menonjolkan lebih detail lagi bahasa tubuh dan ekspresi presenter
	Pada pengambilan gambar mengandung unsur kekerasan ini menggunakan teknik pemilihan <i>Medium Close Up</i> (MCU)	Sudut pengambilan gambar sejajar dengan obyek. Hasilnya memperlihatkan tangkapan ekspresi dan mimik wajah seseorang agar terlihat unsure dramatic.
	Pada pengambilan gambar mengandung unsur kekerasan ini menggunakan teknik pemilihan <i>Medium Close Up</i> (MCU)	Sudut pengambilan gambar sejajar dengan obyek. Hasilnya memperlihatkan tangkapan ekspresi dan mimik wajah seseorang agar terlihat unsur dramatic.
	Pada pemilihan gambar mengandung unsur kekerasan ini menggunakan teknik pemilihan <i>Medium Close Up</i> (MCU)	Sudut pengambilan gambar sejajar dengan obyek. Hasilnya memperlihatkan tangkapan ekspresi dan mimik wajah seseorang agar terlihat unsur dramatic.
	Pada pengambilan gambar mengandung unsur kekerasan ini menggunakan teknik pemilihan <i>long shot</i>	Pengambilan gambar melebihi full shot. Menunjukan obyek dengan latar belakangnya.



Tabel di atas adalah contoh bagian teknik pengambilan gambar yang digunakan untuk menghitung jumlah kemunculan baik *type shot* yang muncul pada kedua tayangan. Jumlah yang diperoleh dari program *iNEWS Siang* episode 25 September 2016 adalah baik *medium shoot* dan *long shot* mempunyai kemunculan

yang sama dan dapat disimpulkan bahwa *iNEWS Siang* menggunakan tiga jenis *type shot* untuk menyampaikan informasinya dalam bentuk *visual*, dan membangun kesan yang ditangkap oleh *audiens* supaya memahami isi dari berita.

Program *iNEWS Siang* episode 30 September 2016 juga menggunakan hal yang sama untuk menghitung kemunculan teknik pemilihan gambar. Berikut adalah contoh sebagian tabel teknik pemilihan gambar pada tayangan *iNEWS Siang* Ep. 30 September 2016.

Tabel 13. Pemilihan gambar siaran *iNEWS Siang* periode 30 September 2016
Sumber : (*Official Youtube iNEWS TV*, 2017)

Gambar	Penjelasan	Kesan
	Pada tayangan periode 25 September 2016 ini menggunakan pemilihan pengambilan gambar dengan teknik <i>Medium Close Up</i> (MCU)	Ukuran gambar sebatas kepala hingga pinggang. Untuk membuat kesan menonjolkan lebih detail lagi bahasa tubuh dan ekspresi presenter
	Pada pemilihan pengambilan gambar mengandung unsur kekerasan ini menggunakan teknik pengambilan <i>Medium Close Up</i> (MCU)	Sudut pengambilan gambar sejajar dengan obyek. Hasilnya memperlihatkan tangkapan ekspresi dan mimik wajah seseorang agar terlihat unsure dramatic.
	Pada pemilihan pengambilan gambar mengandung unsur kekerasan ini menggunakan teknik pengambilan <i>long shot</i>	Pengambilan gambar melebihi full shot. Menunjukkan obyek dengan latar belakangnya.

	<p>Pada pemilihan pengambilan gambar mengandung unsur kekerasan ini menggunakan teknik pengambilan teknik Medium Close Up (MCU)</p>	<p>Ukuran pemilihan gambar sebatas kepala hingga dada. Untuk membuat kesan menonjolkan lebih detail lagi bahasa tubuh dan ekspresi narasumber</p>
	<p>Pada pemilihan pengambilan gambar mengandung unsur kekerasan ini menggunakan teknik pengambilan <i>long shot</i></p>	<p>Pengambilan gambar melebihi full shot. Menunjukkan obyek dengan latar belakangnya.</p>

Ditinjau melalui variabel yaitu teknik pemilihan pengambilan gambar, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Pada tayangan *iNEWS Siang* periode 25 September dan 30 September 2016 pada pengambilan gambar ini sama-sama memakai teknik pemilihan pengambilan gambar yang digunakan program *iNEWS Siang* menggunakan *long shoot* dan *medium close up*. *Medium close up* digunakan untuk mendapatkan kesan ekspresi wajah seseorang, dan sedangkan teknik pengambilan gambar dengan cara *long shot* digunakan agar terlihat semua *background* yang ingin ditayangkan jadi semua benda-beda terkecilpun terlihat saat menggunakan cara pengambilan gambar *long shot*.

Dengan teknik pemilihan gambar tersebut berita yang ditayangkan terlihat bisa digunakan untuk memperlihatkan bagian tubuh dari ujung kepala hingga dada


atas. *Shot* ini baik untuk menimbulkan kesan menonjolkan subjek, karena secara otomatis background tidak akan terfokus jika menggunakan teknik pemilihan gambar *medium close up (MCU)* dan kesan akan mimik wajah dan intonasi berbicara tampak jelas. Dan teknik pemilihan pengambilan gambar *Long Shot (LS)* merupakan pengambilan gambar yang memperlihatkan seluruh tubuh manusia dari batas kepala hingga ujung kaki. *Shot* ini menimbulkan kesan mendetail pada latar belakangnya. Sehingga memberikan informasi secara lengkap mengenai suasana dari adegan.

b. Penyusunan Naskah

Naskah berita adalah lembaran kertas yang berisi laporan mengenai hal atau peristiwa yang terjadi di masyarakat sebagai hasil olahan wartawan yang siap dimuat pada media massa cetak atau media massa elektronik.⁵⁴ Naskah berita pada program *iNEWS Siang* akan disajikan dalam bentuk tabel yaitu yang berisi *segment*, *audio*, dan kalimat *lead*. Bagian *lead* menjadi tolak ukur yang adalah kalimat yang digunakan, sehingga pada kolom terakhir kalimat apa saja yang muncul pada kalimat *lead* yang digunakan. Tabel ini berguna guna menjabarkan data agar lebih mudah ketika di analisis secara deksriptif. Sehingga pada bab data dan analisis data ini digunakan. Berikut merupakan contoh naskah transkrip bagian *lead* program *iNEWS Siang* yang terperinci secara berurutan sesuai dengan segmen dan terbagi menjadi bagian *lead*, isi, dan penutup.




⁵⁴ www.apaarti.com



Tabel 14. Naskah berita *iNEWS Siang* periode 25 September 2016
Sumber : (*Official Youtube iNEWS TV*, 2017)

<i>Segment</i>	<i>Audio</i>	<i>Capture Lead</i>
Segmen 1	<p>Presenter</p> <p>Pemirsa aksi tidak terpuji dilakukan sejumlah siswi sekolah menengah pertama di Toraja, Sulawesi Selatan/ mereka terekam terlibat tawuran.</p> <p>VO Presenter</p> <p>Rekaman aksi perkelahian sejumlah siswi smp di Toraja, Sulawesi selatan/beredar di sosial media// siswi saling adu jotos ditengah jalan tepat dibelakang hotel lutanantepao, Toraja utara, Sulawesi selatan/belum diketahui yang memicu para siswi adu jotos/aksi mereka mendapatkan kecaman para pengguna sosial media</p>	  

Tabel diatas adalah tabel bagian *lead* dengan kolom indikator kalimat pada *lead* program *iNEWS Siang*. Bagian kalimat yang awal *presenter* berbicara adalah kalimat yang menunjukkan ciri-ciri kalimat tersebut dikategorikan dalam ragam jenis *lead*. Bagian *lead* yang menjadi indikator untuk menentukan ragam *lead*, maka pada bagian isi indikator penentunya adalah 5W+1H atau informasi yang muncul pada setiap segment. Informasi yang penting, paling penting hingga yang paling mendasar dirinci sesuai yang muncul dalam transkrip naskah. Berikut adalah contoh naskah *transkrip* yang tayang di *iNEWS Siang* pada tanggal 30 September 2016 yang tayangan tersebut mencapai target *rating* dan *share*.

Tabel 15. Naskah berita *iNEWS Siang* periode 30 September 2016
Sumber : (*Official Youtube iNEWS TV, 2017*)

<i>Segment</i>	<i>Audio</i>	<i>Capture Lead</i>
Segmen 1	<p>Presenter</p> <p>Pemirsa pencegahan banjir ROB disepanjang garis pantai Jakarta /menjadi salah satu prioritas pemerintah oleh karnanya harus dibuat tanggul yang dapat menahan banjir ROB / untuk menahan banjir ROB dan abrasi dipesisir pantai / dibutuhkan tanggul yang kuat yang menahan kekuatan alam.</p> <p>VO Presenter</p> <p>banjir ROB sudah menjadi langganan warga jakarta utara manakala air laut pasang / untuk mencegah banjir ROB berulang / Kementrian pekerjaan umum dan perumahan rakyat dirjen sumber daya air balai besar wilayah sungai ciliwung cisadane / bersama PT.WIKA beton TBK membangun proyek pengaman pantai disepanjang garis pantai Jakarta // PT.WIKA beton TBK sudah mengarap proyek tahap dua,paket dua diwilayah kali baru cilincing, jakarta utara / menggunakan produk <i>spoonpail</i> / <i>spoonpail</i> merupakan salah satu inovasi yang dikembangkan oleh PT. WIKA beton TBK dipabrikaan di lampung selatan/</p> <p>Narasumber</p> <p>ini menjadi salah satu momentum / jenis prodak dan sitem pemancangan yang menjadi referensi buat Pemda / diharapkan ini dapat memenuhi target waktu maupun kualitas mbak / kami melakukan proses perancangan ini sesuai dengan maksud dan peruntukannya yaitu untuk</p>	  

	<p>pengaman pantai / diharapkan nanti masih ada potensi sekitar 60KM untu pantai disekitar system ini/ dimana nanti dapat dimanfaatkan sebagai area system / kami berkontribusi dengan system yang memenuhi syarat pemancangan //</p> <p style="text-align: center;">VO Presenter</p> <p>pengamanan pantai yang dilakukan untuk mencegah banjir ROB abrasi pantai / yang membantu menciptakan daratan yang sejajar atau lebih tinggi dibandingkan laut/ karena kita mengetahui bahwa permukaan tanah di wilayah jakarta khususnya di wilayah utara turun setiap tahunnya / data dari badan lingkungan hidup DKI Jakarta mengungkapkan permukaan tanah wilayah utara jakarta turun mencapai 9cm / proyek penancangan seribu enam ratus lebih tiang pancang tanpa sambungan dengan teknologi mutakhir yaitu innerboaring / proses pengerjaan yang dilakukan WIKA Beton tidak menimbulkan kebisingan dan pengerjaan cepat //</p> <p style="text-align: center;">Narasumber</p> <p>ini adalah teknologi pemancangan, sebetulnya pertama kali di Indonesia dan termasuk keberanian yang katanya pertama kali pemasangan pemancangan dilaut dengan melaksanakan innerboaring di dunia / jadi yang baru dilaksanakan hanya di Indonesia / ini adalah teknologi sangat baik, sangat ramah lingkungan, karena dengan teknologi innerboaring ini relatif lingkungan tidak terganggu sama sekali / karena tidak terjadi kebisingan, tidak terjadi getaran</p>	 
--	--	---

	<p>dan hasilnya adalah mencapai kedalaman yang sesuai kita butuhkan.</p> <p>VO Presenter</p> <p>Teknologi yang pertama dilakukan dilaut ini menjamin kedap hempasan gelombang air laut / PT. WIKA beton TBK telah dipercaya untuk mengerjakan berbagai proyek diseluruh wilayah indonesia dengan kualitas baik / Dari jakarta ajeng widuri MNC Media memberitakan</p>	
--	--	--

Dari penjelasan tabel di atas menentukan informasi penting dan yang paling penting berada pada urutan segment berapa. Hal yang sama juga dilakukan pada kedua program untuk menentukan ragam berita dari *lead*, bagian isi dan penutup. Dengan indikator yang berbeda. Setelah ditemukan indikator pada kesemua elemen struktur berita maka bisa ditentukan ragam struktur berita yang digunakan pada kedua program tersebut pada episode tersebut. Maka berikut tabel master struktur berita pada program *iNEWS Siang* distasiun televisi iNEWS TV yang tayangan berita tanggal 25 September 2016 dan 30 September 2016 dengan elemen struktur berita yang digunakan.

Tabel 16. Elemen struktur berita iNEWS Siang periode 25 September 2016
Sumber : (Tamara, 2017)

NO.	Elemen Struktur	Indikator	Jenis Struktur Berita
1.	<i>Lead</i> (Kalimat Pembuka)	Kalimat pembuka yang dibacakan presenter memiliki kalimat pernyataan.	Jenis Struktur Berita Kronologis, penulisan kronologis mempunyai nilai penting yang sama
2.	Isi	Elemen berita 5W+1H tersusun bercerita dan terurut. Elemen berita yang tersusun serta pengembangan informasi terdapat pada setiap segment	pada setiap informasi yang diberikan, sehingga informasi harus berurutan dari awal permasalahan hingga detail oknum/ peristiwa atau efek yang ditimbulkan.
3.	Penutup	Kalimat penutup berupa ajakan untuk menonton program selanjutnya di iNEWSTV.	

Hal yang sama juga pada program *iNEWS Siang* pada periode 30 September 2016, setelah mendapatkan data dari tabel dengan indikator masing-masing maka bisa disimpulkan struktur berita yang digunakan program *iNEWS Siang* pada periode 30 September 2016 adalah

Tabel 17. Elemen struktur berita iNEWS Siang periode 30 September 2016
Sumber : (Tamara, 2017)

NO.	Elemen Struktur Berita	Indikator	Jenis Struktur Berita
1.	<i>Lead</i> (Kalimat Pembuka)	Kalimat pembuka yang dibacakan presenter memiliki kalimat pernyataan.	Jenis Struktur Berita menggunakan Struktur berita piramida terbalik
2.	Isi	Penggalian informasi menggunakan pola dialog dengan narasumber dari hal yang paling penting hingga hal yang penting	
3.	Penutup	Kalimat penutup berupa ajakan untuk menonton program selanjutnya di iNEWSTV.	

Masing-masing indikator menentukan jenis yang ada pada elemen struktur berita sehingga ketika menjadi satu-kesatuan bisa disimpulkan struktur berita yang digunakan pada masing-masing program.

Pada tayangan periode 25 September 2016 mendapatkan *rating* dan *share* yang rendah karena topik pembahasan yang dibahas hanyalah topik yang singkat dan pembingkaiian gambar yang ditayangkan membuat pemirsa dirumah bingung dengan berita yang ditayangkan sebab berita tersebut menampilkan gambar yang semuanya hampir diblur (disensor), jika *audiens* hanya mendengarkan lewat VO (*Voice Over*) berita yang disampaikan sangatlah minimal untuk dicerna oleh

audiens. Dalam berita antara *audio* dan gambar tayangan haruslah *balance* (seimbang) agar tidak membuat *audiens* bertanya-tanya apa maksud pemberitaan yang tayang. Berbeda dengan tayangan periode 30 September tayangan tersebut memakan durasi lebih dari 3 menit dalam mengali sebuah tayangan, tetapi dari lamanya tayangan tersebut mampu menangkap semua berita yang dipaparkan mulai dari adanya narasumber yang ditayangkan di berita guna menambah informasi akan pencegahan banjir ROB.

4. Evaluasi Program

Evaluasi disini memiliki dua maksud, yaitu yang pertama adalah evaluasi program yang bertujuan untuk menilai seberapa jauh program-program ini bisa dianggap baik menurut sasaran. Sedangkan maksud yang kedua adalah evaluasi instruksional. Disini tidak dibicarakan mengenai kemampuan *audience* dalam memenuhi isi program instruksional yang diselenggarakan.⁵⁵

Salama rapat, biasanya ada sejumlah hal yang menjadi pokok pembahasan, yakni *content* program acara, waktu tayang, serta *rating* dan *share* dari stasiun televisi kompetitor. Tiga agenda rapat tersebut menjadi pegangan umum untuk melakukan evaluasi mengenai topik berita, presenter, segmen acara, kualitas tayangan (*sound dan look*), tau ketepatan antara waktu tayang dengan agenda masyarakat yang dibayangkan. Disamping itu tim

⁵⁵ Pawit M Yusuf, *Komunikasi Pendidikan Dan Komunikasi Instruksional*, (Bandung:PT. Remaja Rosada Karya, 1990), Cetakan ke-1 hal. 121

redaksi juga akan melihat apakah program berita yang turun rating itu berbenturan dengan program berita di stasiun televisi kompetitor? Apakah program berita di station kompetitor itu lebih menarik content-nya sehingga penonton lebih tertarik menyaksikan program berita di stasiun televisi kompetitor. Setelah evaluasi dilakukan, rapat biasanya akan memutuskan berbagai langkah atau strategi yang diambil untuk meningkatkan atau memperbaiki konten berita.

Evaluasi yang dilakukan oleh tim redaksi *iNEWS Siang* adalah membuat strategi-strategi baru guna mencapai target *rating* program, evaluasi dilakukan setelah program berita tayang dengan melihat *rating by minute* dengan melihat *rating by minute* ini diharapkan bisa mengulang kembali strategi yang dilakukan guna mencapai *rating* yang mencapai target. Tim Redaksi *iNEWS Siang* mempunyai target *rating* 1.5 dan *share* 2.5 capaian target itulah menjadikan tolak ukur diadakannya evaluasi program selepas program tayang, ketika tim redaksi melakukan evaluasi program yang dilihat dengan sebuah *rating* maka tim redaksi bisa mengevaluasi tayangan yang bisa mencapai target *rating*, sebuah strategi disetiap tayangan pasti berbeda-beda dilihat dari segmentasi *audiens* yang menyukai berita seperti apa. Tim redaksi *iNEWS Siang* melakukan evaluasi program bersama *Executive Producer*, Produser dan Assisten Produser yang dimana mereka akan mencari solusi bagaimana cara/strategi yang akan digunakan kembali guna meningkatkan *rating* program. Dari sampling yang saya ambil strategi yang digunakan tim redaksi *iNEWS Siang* bisa mencapai target pada periode 30 September 2016.

Strategi yang digunakan pada tanggal 30 September 2016 ternyata tidak digunakan kembali pada periode 1 Oktober 2016 dan hasilnya tidak sesuai target, walaupun pada tanggal 1 Oktober menghadirkan narasumber ke studio tidak bisa mencapai target *rating* seperti pada periode 30 September 2016. Hal ini membuat tim redaksi selalu memperbarui strategi yang digunakan setiap periode tayang bisa berbeda-beda dari sebelumnya, karena tidak semua tayangan bisa menggunakan strategi yang sama oleh karena itu dibutuhkan inovasi sebuah program berita.

Selain melakukan evaluasi program dengan menghadirkan narasumber ke studio tim redaksi *iNEWS Siang* juga melakukan evaluasi berkaitan dengan konten isi program antara lain : CG (*Character Generic*) yang salah ketik, membahas mengenai penampilan presenter yang membacakan berita tidak memperhatikan tanda jeda yang sudah dituliskan, dan juga membahas mengenai *gesture* presenter yang tidak bisa tersenyum saat membacakan berita.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Kiprah *iNEWS Siang* yang mengudara selama dua tahun dengan konsistensinya mengangkat berita yang sedang terjadi di tanah air, menunjukkan bahwa program ini memiliki karakter yang kuat sebagai program berita unggulan stasiun televisi *iNEWS TV*. Program berita ini tidak hanya memberikan informasi namun juga mentransformasikan informasi tentang kejadian yang dianggap serius, berat dan menjemukan menjadi tontonan menarik dan mendidik bagi generasi muda. Tayangan tersebut diolah berdasarkan data yang aktual. Program berita yang dari awal tayang yang jarang sekali mendapatkan target capai program akhirnya bisa mencapai target hal itu membuat peneliti penasaran dengan cara apa program tersebut dapat menaikkan *rating* program, *iNEWS Siang* mempunyai target *rating* guna meningkatkan kualitas program agar bisa bersaing dengan program lain yang serupa.

Strategi produksi program merupakan upaya dalam meningkatkan *rating* program dan mempertahankannya. Hasil analisis strategi program yang diterapkan tim redaksi *iNEWS Siang* didapatkan dengan cara melakukan observasi lapangan dan pendekatan teori strategi program Morissan dalam upaya merebut khalayak dari persaingan pasar media penyiaran. Ditinjau dari segi *pra produksi*, *produksi* dan *pasca produksi*.

Strategi yang diterapkan oleh Tim Redaksi terdapat dalam tiga tahapan produksi yakni pada tahapan *pra produksi*, *produksi*, dan *pasca produksi*. Pada tahap *pra*

produksi strategi yang disusun yakni; a. memperkuat agenda setting/isu, b. pemilihan presenter, dan c. sebaran berita. Pada tahapan Produksi strategi yang disusun yakni; a. *reportase/ live report* dan b. penyajian berita. Dan sedangkan pada tahap pasca produksi strategi yang disusun yakni; a. teknik editing yang terdiri dari pemilihan gambar, b. penyusunan naskah. Masing-masing strategi tersebut diterapkan dan terbukti mampu meningkatkan perolehan *rating* program.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil analisis strategi yang digunakan Tim Redaksi *iNEWS Siang* yang paling menonjol adalah sebaran berita karena sebaran berita itu dijadikan strategi oleh Tim Redaksi strategi itu mampu menyumbang *rating* yang signifikan, akan tetapi ada kekurangan dari strategi tersebut adalah ketika Tim Redaksi tidak mendapatkan momentum berita yang lama maka strategi yang diterapkan dirasa tidak bisa mendongkrak angka *rating* program secara sama.

SARAN

Pengelola program berita televisi baik *hardnews* maupun *softnews* setidaknya mampu memperdalam nilai tayangannya. Pemilihan strategi-strategi menarik dalam setiap *show* dapat membuat penonton bertahan menyaksikan program yang ditayangkan. Selain itu, untuk mendapatkan pangsa pasar, program televisi harus memiliki target yang mendasar. Program dengan nilai target yang kuat lebih mudah melihat segmentasi penonton, dengan itu tayangannya dapat bertahan lama meski banyak kompetitor yang menyiarkan program serupa.

Program *iNEWS Siang* diharapkan mampu bertahan lebih lama dan mengembangkan keaktualan pada setiap episode, namun dengan tidak

meninggalkan karakter berita. Dengan selalu mengedepankan keaktualan yang ada program ini diharapkan selalu seimbang dan dapat menampung isu-isu berita yang sedang hangat. Masukan lainnya adalah program di stasiun televisi *iNEWS Siang* ini mampu memberikan pendidikan pemberitaan kepada generasi muda sehingga calon penerus bangsa ini tidak salah menilai sistem pemberitaan yang ada di Indonesia.

Diharapkan akan ada peneliti serupa yang menganalisis Strategi Produksi Tim Redaksi program televisi baik berita maupun hiburan dengan menggunakan metode lain, seperti menggunakan elemen keberhasilan target *rating*. Hal ini bertujuan untuk menambah kualitas dan kreatifitas program berita sehingga pemirsa lebih mudah memperoleh informasi dari program acara televisi. Program televisi semakin lama akan semakin banyak, oleh karena itu untuk menggali nilai sebuah program televisi, peneliti dapat melihat tayangan dari berbagai macam aspek.

DAFTAR ACUAN

Buku

- Andi Fachruddin. *Dasar-dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2012
- Burton Graeme. *Membincangkan Televisi*. Yogyakarta: Jalasutra. 2011
- Fred Wibowo. *Teknik Produksi Program Televisi*. Jogjakarta: Pinus. 2007
- H.B Sutopo. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret. 2006
- L. Panjaitan & TM. Dhani Iqbal, *Matinya Rating Televisi*. Yayasan Obor Indonesia, 2006
- Lexy.J. Moleong, MA, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya 2005
- Morissan. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group. 2011
- Morisan, *Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, PT. Ramadina Perkarsa, 2005
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 1999. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Universitas Terbuka
- Sidarta GM. *Berita Untuk Mata dan Telinga: Pemahaman Praktis Jurnalistik Televisi*, Yogyakarta: Mara Pustaka. 2012
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2009
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta. 2012
- Tim Penyusun. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2008
- Usman KS. 2006. *Television News Reporting & Writing*, Bogor, Ghalia Indonesia. Bogor: Ghalia Indonesia

Skripsi :

Pratika Diah Vivanda dengan judul Strategi Program Dalam Upaya Mempertahankan *Rating* Pada Program Talkshow *Ceriwis* TRANS TV Program Studi Televisi dan Film Jurusan Seni Media Rekam Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta

Istianah Septiyanimahasiswa dengan judul Strategi Produksi Program Acara *Dahsyat* dalam meningkatkan *Rating* di RCTI Mercuru Buana Fakultas Ilmu Komunikasi

Nurhasanah dengan judul *Analisis Produksi Siaran Berita Televisi* (Proses Produksi Siaran Program Berita Reportase Minggu di TRANS TV) Universitas Islam Negeri Fakultas Ilmu Dakwah dan ilmu komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Kosentrasi Jurnalistik

Internet :

<https://pamelpams.blogspot.co.id/2014/07/perbedaan-rating-dan-share.html>

<http://hariannetral.com/2014/12/pengertian-strategi-menurut-beberapa-ahli.html>

<http://modul.mercu buana.ac.id>